

PÓŁROCZNIK NAUKOWY
A SCIENTIFIC SEMI-ANNUAL

19(2) ■ 2023

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ – EDUKACJA

PROBLEMATYKA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI LOKALNEJ

pod redakcją Moniki Borowiec-Gabrys i Mariusza Cembruch-Nowakowskiego



ENTREPRENEURSHIP – EDUCATION

THE ISSUES OF LOCAL ENTREPRENEURSHIP

edited by Monika Borowiec-Gabrys i Mariusz Cembruch-Nowakowski

DOI: 10.24917/20833296.192

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Instytut Prawa Ekonomii i Administracji
University of the National Education Commission, Krakow, Institute of Law, Economics and Administration
Przedsiębiorczość- Edukacja
Entrepreneurship – Education
19(2)

Honorowy Redaktor Naczelny/ Honorary Editor: Zbigniew Ziolo

Redaktor naczelny/Editor -in -chief: Monika Borowiec- Gabrys

Zastępca redaktora naczelnego – redaktor prowadzący/Associate – managing editor: Mariusz Cembruch-Nowakowski

Rada Redakcyjna/Editorial Board: Monika Borowiec-Gabrys, Jacek Brant, Roy Canning, Yolanda Carbajal Suárez, Paweł Czapliński, Sławomir Dorocki, Wiesława Gierańczyk, Bronisław Górzyński, Anatol Jakobson, Wioletta Kilar, Anna Kolasińska, Sławomir Kurek, Matthias Pilz, Tomasz Rachwał, Tatjana Resnik Planinc, Ryszard E. Różga Luter, Natalia M. Syssoeva, Zdeněk Szczyrba, Anna I. Szymańska, Anna Tobolska, Krzysztof Wach, Krzysztof Wiedermann, Małgorzata Zdon-Korzeniowska, Zbigniew Ziolo.

Lista recenzentów jest dostępna na stronie internetowej czasopisma/The list of reviewers is available on the journal's website.

Redaktor prowadzący z Wydawnictwa/Publishing House managing editor: Dariusz Pohl

Redaktor językowy/Language editor: Aleksandra Pryczkowska

Tłumaczenie i korekta w języku angielskim/Translation and proofreading of English text: Aleksandra Zaparucha i Richard Bolt

Deklaracja wersji pierwotnej/Definition of primary version:

Wersja drukowana jest wersją pierwotną publikacji./The primary version of the journal is the printed version.

Czasopismo jest indeksowane w bazach/Journal is abstracted and indexed in:

BazEkon, BazHum, CEJSH (The Central European Journal of Social Sciences and Humanities), ERIH PLUS (The European Reference Index for the Humanities and the Social Sciences), PBN – Polska Bibliografia Naukowa/Polish Scientific Bibliography, Pedagogiczna Biblioteka Cyfrowa/Pedagogical Digital Library, POL-index

Strona internetowa czasopisma z informacjami dla autorów i dostępem do artykułów archiwalnych w wersji elektronicznej/Journal website with information for authors and access to the full-text electronic versions of archive papers: www.p-e.u.krakow.pl, ISSN (ON-LINE): 2449-9048

Kontakt z redakcją/Journal contact:

Anna Kolasińska sekretarz redakcji (secretary)

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków, p. 537, tel.: (+48) 12 662 62 67

e-mail: pe@up.krakow.pl

© Copyright by Wydawnictwo Naukowe UKEN, Kraków 2023

ISSN 2083-3296

Wydawca/Publisher:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie – Instytut Prawa Ekonomii i Administracji

University of the National Education Commission, Krakow, Institute of Law, Economics and Administration

Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

e-mail: wydawnictwo@up.krakow.pl, <http://www.wydawnictwoup.pl>

Współwydawca/Co -publisher: Polskie Towarzystwo Geograficzne – Komisja Geografii Przemysłu

Polish Geographical Society – Industrial Geography Commission

Druk/Printed by Zespół Poligraficzny UKEN

Szanowni Państwo,

oddając w Państwa ręce kolejny tom czasopisma naukowego „Przedsiębiorczość-Edukacja”, pragniemy podziękować Twórcom tego Czasopisma: prof. dr. hab. Zbigniewowi Ziolo i dr. hab. Tomaszowi Rachwałowi, prof. UEK za stworzenie koncepcji, opracowanie formatu, procedur procesu wydawniczego oraz nadzór nad jego prawidłowym funkcjonowaniem i wszechstronnym rozwojem, a także za zaangażowanie we wszystkie etapy prac redakcyjnych przez okres 20 lat.

Przedstawiany Państwu tom 19(2) jest pierwszym tomem wydanym przy udziale nowego składu Redakcji. Mamy nadzieję, że nasza wieloletnia owocna współpraca, w charakterze sekretarzy, z Panami Profesorami Zbigniewem Ziolo i Tomaszem Rachwałem ułatwi nam przejęcie także odpowiedzialnych funkcji redaktorów. Jesteśmy zaszczyceni, że możemy kontynuować misję naszych Mentorów. Mamy pełną świadomość, że spoczywa na nas ogromna odpowiedzialność za utrzymanie wysokiej pozycji Czasopisma na konkurencyjnym rynku wydawnictw naukowych. Dołożymy starań, aby Czasopismo stanowiło nadal platformę wymiany wiedzy i doświadczenia, zarówno naukowców pracujących w różnych ośrodkach naukowych w Polsce, jak i praktyków funkcjonujących w różnych obszarach życia społeczno-gospodarczego oraz nauczycieli zaangażowanych w proces edukacji na różnych jej szczeblach. Bardzo liczymy na wsparcie i pomoc w realizacji tego przedsięwzięcia ze strony naszych Mentorów, Współpracowników oraz Państwa – Autorów, Recenzentów i Czytelników.

*Monika Borowiec-Gabryś, redaktor naczelny
Mariusz Cembruch-Nowakowski, zastępca redaktora naczelnego
Anna Kolasińska, sekretarz redakcji*

Dear Readers,

in presenting another volume of the academic journal Entrepreneurship-Education, we would like to thank its creators, Prof. Zbigniew Ziolo and Prof. Tomasz Rachwał, for developing the concept, format and publishing procedures, as well as overseeing its functioning and comprehensive development, and involvement in all stages of editorial work for over 20 years.

We present volume 19(2), the first volume published with the participation of the new editorial team. We hope that our many years of fruitful cooperation as secretaries to Professors Zbigniew Ziolo and Tomasz Rachwał will make it easier for us to take over the very responsible editorial functions. We are honoured to continue the mission of our mentors. We are fully aware of the great responsibility for maintaining the journal's high position in the competitive academic publishing market. We will make every effort to ensure that it continues to be a platform for exchanging knowledge and experience for academics working in research centres across Poland, practitioners operating in diverse areas of socio-economic life, and teachers involved in all levels of education. We count on support and help in implementing this project from our mentors and collaborators, as well as authors, reviewers and readers.

*Monika Borowiec-Gabryś, Editor-in-Chief
Mariusz Cembruch-Nowakowski, Deputy Editor-in-Chief
Anna Kolasińska, Editorial Secretary*

Wprowadzenie

Przedsiębiorczość lokalna stanowi ważny obszar badań i polemiki, zarówno na poziomie praktyki, jak i dysputy akademickiej, co jest konsekwencją jej determinującej roli w przyspieszaniu rozwoju społeczno-gospodarczego. Bardzo często właśnie lokalnie pojawia się impuls do urzeczywistniania kreatywnych rozwiązań w postaci nowatorskich inicjatyw lokalnej społeczności, innowacyjnej aktywności jednostek i rozwijanej działalności gospodarczej. Skutkiem takich działań jest zwiększony wpływ lokalnej przedsiębiorczości na rynek pracy, stymulowanie konkurencyjności oraz tworzenie i umacnianie się tożsamości lokalnej. Autorzy prac zamieszczonych w tym numerze wychodzili z założenia, że szczególnie ważną rolę w rozwoju społeczno-gospodarczym układów lokalnych odgrywają człowiek jako podmiot kreujący strategię rozwoju, źródła finansowania, a także edukacja poprzez pobudzanie i kształtowanie postaw przedsiębiorczych.

W nawiązaniu do tej tematyki podjęto zagadnienia urealnienia koncepcji i metod rozwoju społeczno-gospodarczego na szczeblu lokalnym. Przedstawiono wyniki analiz założeń teoretycznych budowy społeczności na obszarach miejskich na przykładzie miast Detroit, Fordlandii i Empire (M. Golonka, A. Rychlik). Dokonano analizy założeń teoretyczno-filozoficznych dotyczących rozwoju społeczno-gospodarczego i aktywności indywidualnej przedsiębiorczości, zwracając uwagę na błędy koncepcji ekonomicznych, które stanowią fundamenty budowy dobrostanu niektórych społeczności. Uwzględniono także realistyczną koncepcję człowieka, wyjaśniającą znaczenie jego władz intelektualno-wolitywnych w podejmowanej działalności, wraz z przykładami z praktyki społeczno-gospodarczej. Wskazano wyraźnie na fakt, że nie zawsze ugruntowane koncepcje społeczno-gospodarcze są w stanie wyjaśnić złożone procesy i sprostać aktualnym problemom, co w konsekwencji doprowadzić może nawet do głębokich kryzysów społeczno-gospodarczych.

Indywidualna przedsiębiorczość musi sobie radzić w coraz bardziej złożonych warunkach wynikających z dynamicznych zmian, globalnej konkurencyjności, rosnących oczekiwań rynku i często z dezaktualizacji dotychczas stosowanych rozwiązań zwłaszcza w radzeniu sobie z kryzysami, które coraz częściej doświadczają globalną gospodarkę. Tę ważną problematykę zaprezentowano na podstawie oryginalnych wyników badań sondażowych przeprowadzonych w sektorze kreatywnym małych przedsiębiorstw modowych działających na terenie Polski (M. Murzyn-Kupisz, M. Szilágyi-Csüllög, O.E. Kiss).

Do zagadnień związanych ze wzajemnym powiązaniem gospodarek nawiązują badania poświęcone problemom płatniczym na poziomie poszczególnych krajów i regionów (P. Filip). Problem nieterminowych płatności może rozprzestrzeniać się i wpływać na różnej skali układy przestrzenne wprzęgnięte w system wzajemnych zależności. Warto podkreślić, że na tle ościennych gospodarek polscy przedsiębiorcy charakteryzowali się najlepszą sytuacją w zmniejszaniu opóźnień w płatnościach pomiędzy przedsiębiorstwami i krótkim cyklem ściągania należności.

Znaczenie uwarunkowań finansowych w procesach zwiększania konkurencyjności podkreślono również w obszarze wspierania przedsiębiorców działających na rynkach

przemysłów kreatywnych (K. Kopeć). Wsparcie stanowią dla nich zachęty finansowe, preferencje podatkowe czy inne instrumenty polityki publicznej. Jak podkreślono, sektorowa polityka publiczna może być wykorzystana w celu kształtowania oczekiwanych postaw konsumentów względem kultury oraz do kształtowania konkurencyjnego środowiska danego sektora kreatywnego.

Następnie podkreślono znaczenie funduszy europejskich w rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim (R. Solecki, R. Kobis). Jak wskazano, fundusze te były instrumentem mobilizującym przedsiębiorców do podejmowania różnorodnych przedsięwzięć kluczowych dla rozwoju gospodarczego regionu. W wyniku ich realizacji powstawały nowe miejsca pracy, które były często powiązane z sektorem nowych technologii i innowacji, co dodatkowo wzmocniło pozycję konkurencyjną województwa małopolskiego. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości jako koordynator skutecznie kierowało środki finansowe w stronę sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw i wspierało przedsiębiorców w minimalizowaniu skutków kryzysu związanego pandemią COVID-19.

Na rolę funduszy europejskich w pobudzaniu przedsiębiorczości lokalnej wskazują też badania dotyczące identyfikacji efektów i barier realizacji PROW 2014–2020 przez lokalne grupy działania w województwie małopolskim w zakresie wsparcia przedsiębiorczości na obszarach wiejskich (P. Brańka). Warto zauważyć, że poza wieloma pozytywnymi efektami wykorzystania tych środków zidentyfikowano liczne bariery w ich pozyskiwaniu, m.in.: zmieniające się i często niejasne interpretacje przepisów oraz długi okres oczekiwania na ocenę projektów, w trakcie którego zmieniają się koszty uwzględnione w dokumentacji. Oprócz barier wynikających z regulacji prawnych i administracyjnych wskazywano na utrzymujący się po pandemii COVID-19 marazm lokalnej społeczności, odpływ młodych ludzi oraz wymogi związane z utrzymaniem miejsc pracy przez przedsiębiorców korzystających z dofinansowania.

Szczegółne znacznie w zwiększaniu pozycji konkurencyjnej zarówno przedsiębiorstw, jak i jednostek samorządu terytorialnego ma zastosowanie Social Media Marketingu, które przedstawiono na przykładzie parku rozrywki Energylandia i miasta Wadowice jako obszaru destynacji turystycznej (E. Batko). Zarówno park rozrywki, jak i miasto rozwija komunikację za pośrednictwem mediów społecznościowych. Warto podkreślić, że miasto aktywnie udziela się w sieci z wykorzystaniem kont na czterech portalach społecznościowych i działa wieloaspektowo: informuje, promuje i edukuje.

To właśnie edukacja odgrywa szczególną rolę w rozwoju przedsiębiorczości, zwiększając świadomość dzieci i młodzieży na różnym poziomie kształcenia, dotyczącą znaczenia przedsiębiorczości w życiu społeczno-gospodarczym. Edukacja w zakresie przedsiębiorczości przygotowuje młodzież nie tylko do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, ale też (przede wszystkim) do aktywnego uczestniczenia w życiu społeczno-gospodarczym. W nawiązaniu do tego podjęto problematykę dotyczącą sektora edukacji oraz zachodzących przemian w polityce oświatowej. Dokonano kompleksowego przeglądu literatury przedmiotu w zakresie badań dotyczących efektywności i produktywności szkół oświatowych w Polsce (Ł. Brzezicki). Wskazano też kierunki rozwoju dalszych ważnych obszarów badawczych, dotyczące m.in. efektywności technicznej placówek i efektywności kosztowej działalności oświatowej, co wydaje się istotne dla decydentów jednostek samorządu terytorialnego.

W badaniach podjęto także problematykę określenia wpływu uczestnictwa wybranych uczniów szkół ponadpodstawowych, kształcących się w zawodach technicznych na stażach

zagranicznych, na ich subiektywną ocenę poziomu osiągniętych umiejętności praktycznych (A. Iwacewicz-Orłowska). Zaprezentowane badania prowadzą do konkluzji, że uczestnictwo w stażach zagranicznych związanych z kierunkiem kształcenia uczniów daje im wiele istotnych korzyści, zarówno tych związanych bezpośrednio z podnoszeniem kompetencji w zawodzie, jak i tych wynikających z poznania innych kultur i międzynarodowego środowiska organizacyjnego, czy też – rozwoju umiejętności komunikowania się w języku obcym. Ważną kwestią, obok organizowanych różnego rodzaju staży, warsztatów czy laboratoriów dla uczniów i studentów, jest odpowiedni poziom przygotowania ich do potrzeb rynku pracy i podejmowania działalności gospodarczej. Kwestią zasadniczą w tym względzie jest edukacja w zakresie przedsiębiorczości i odpowiedni zakres kształcenia w tym obszarze, uwzględniający włączanie do edukacji umiejętności związanych z szerokim rozumieniem procesów biznesowych, w tym stosowania podstawowych metod i technik analitycznych, czy opracowywania planów biznesowych. W nawiązaniu do tej problematyki podjęto zagadnienie krytycznej oceny programu kształcenia przewidzianego w nowej podstawie programowej przedmiotu biznes i zarządzanie (A. Świętek). Wskazano na zagrożenia związane z ograniczaniem zakresu treści kształcenia na poziomie podstawowym wprowadzonego kursu, uznanych dotychczas za istotne przez ekspertów i badaczy w zakresie edukacji przedsiębiorczości. Wynikają one ze zmiany programu kształcenia i relokacji niektórych ważnych treści do programu o charakterze rozszerzonym. Sformułowane wnioski wskazują na negatywne aspekty struktury programu kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na przedmiocie biznes i zarządzanie.

W zaprezentowanych pracach podjęto bardzo aktualną i zróżnicowaną problematykę, która z pewnością będzie rozwijana w kolejnych pracach badawczych. Mamy nadzieję, że będzie ona kontynuowana i pogłębiana również na łamach naszego czasopisma. Zachęcamy do prezentowania w nim kolejnych wyników badań, które są ważne za względu na ich walory poznawcze, metodyczne, jak i aplikacyjne, zwłaszcza w odniesieniu do układów lokalnych i regionalnych.

Monika Borowiec-Gabryś, Mariusz Cembruch-Nowakowski

Introduction

The issue of local entrepreneurship is an important area of research and polemics at the level of practice and academic discussion, resulting from its determining role in accelerating socio-economic development. Very often, there is an impulse to implement creative solutions through innovative initiatives from the local community and the innovative activities of individuals and businesses. The result is an increased impact of local entrepreneurship on the labour market, stimulating competitiveness while creating and strengthening local identity. The authors of the articles assumed that people play a significant role by stimulating and shaping entrepreneurial attitudes in the socio-economic development of the local systems that create development strategies and sources of financing. The other crucial element is education, which stimulates and shapes entrepreneurial attitudes.

Regarding this topic, the issue of making the concepts and methods of socio-economic development more realistic at a local level is discussed. The results of analyses of theoretical assumptions of community building in urban areas were presented using the example of the cities of Detroit, Fordlandia and Empire (Golonka & Rychlik). Theoretical and philosophical assumptions regarding socio-economic development and individual entrepreneurship were analysed. The authors paid particular attention to false assumptions of the economic concepts used to build some of these communities. A realistic concept of an individual human being is also included, explaining the importance of intellectual and volitional powers in activities undertaken, along with examples from socio-economic practice. It was pointed out that well-established socio-economic concepts cannot always explain complex processes and cope with current problems, leading to deep socio-economic crises.

Individual entrepreneurship must cope with increasingly complex conditions considering changes over time, global competitiveness, growing market expectations and often the obsolescence of previously used ideas, especially in dealing with the crises increasingly affecting the global economy. This critical issue was presented based on original survey results conducted in the creative sector of small fashion enterprises operating in Poland (Murzyn-Kupisz, Szilágyi-Csüllög & Kiss).

Issues related to the interconnectedness of economies are related to research on payment problems at the level of individual countries and regions (Filip). The problem of delayed payments may spread and affect spatial systems at various scales as it is linked to a system of mutual dependencies. It is worth emphasising that, compared to neighbouring economies, Polish entrepreneurs were in the best situation in reducing delays in payments between enterprises and having a short debt collection cycle.

The importance of financial conditions in increasing competitiveness was also emphasised when supporting entrepreneurs operating in creative industry markets (Kopeć). This is achieved through financial incentives, tax preferences and other public policy instruments. As emphasised, sectoral public policy can be used to shape both expected consumer attitudes towards culture and the competitive environment of a given creative sector.

The importance of European funds in developing entrepreneurship in Małopolskie Voivodeship was then emphasised (Solecki & Kobis). As indicated, these funds are an instrument that mobilises entrepreneurs to undertake various projects that are key to the region's economic development. As a result of their implementation, new jobs were created, often related to new technologies and innovations, additionally strengthening the competitive position of Małopolskie Voivodeship. The Małopolskie Entrepreneurship Center, as a coordinator, effectively directed financial resources towards the micro, small and medium-sized enterprise sectors and supported entrepreneurs in minimising the effects of the crisis related to the COVID-19 pandemic.

The role of European funds in stimulating local entrepreneurship is also indicated by research on the identification of effects and barriers to implementing the Rural Development Program 2014–2020 by local action groups in Małopolskie Voivodeship supporting entrepreneurship in rural areas (Brańka). In addition to the many positive effects of using these funds, numerous barriers to obtaining them have been identified, including changing and often unclear interpretations of regulations and the long waiting period for project evaluation, during which the costs included in the documentation have changed. In addition to barriers resulting from legal and administrative regulations, the persistent stagnation of local communities after the COVID-19 pandemic, the outflow of young people and the requirements related to maintaining jobs by entrepreneurs benefiting from funding were pointed out.

Social media marketing is critical in increasing the competitive position of enterprises and local government units, as shown in the Energylandia amusement park and the town of Wadowice as tourist destinations (Batko). Both the amusement park and the town are developing communications via social media. The town actively uses online accounts on four social networking sites to promote its assets and to inform and educate the public.

Education plays a special role in developing entrepreneurship by increasing the awareness of children and young people at various levels of education regarding its importance in socio-economic life. Entrepreneurship education not only prepares young people to run their businesses but, above all, to actively participate in socio-economic life. In connection with this, issues related to the education sector and ongoing changes in educational policy were discussed. A comprehensive review of the literature was conducted in research on the effectiveness and productivity of schools in Poland (Brzezicki). Directions for further essential research directions were also indicated, including the technical efficiency of institutions and the cost-effectiveness of educational activities, both important for decision-makers in local government.

Research has also addressed the impact of the participation of selected secondary school students studying technical professions on foreign internships on their subjective assessment of the level of practical skills achieved (Iwacewicz-Orłowska). The presented research concludes that participation in foreign internships brings significant benefits, both directly related to improving professional competencies and others, such as learning about other cultures and the international organisational environment and developing the ability to communicate in a foreign language. Apart from organising various types of internships, workshops and laboratories for pupils and students, an important issue is the appropriate level of preparation to meet the needs of the labour market and start a business. A fundamental issue in this respect is entrepreneurship education and an appropriate curriculum, including developing skills related to a broad understanding of business processes, using

basic analytical methods and techniques, and creating business plans. A critical evaluation of the educational program in the new core curriculum for business and management was undertaken (Świątek). Risks related to limiting the scope of educational content at the basic level, previously considered necessary by experts and researchers in entrepreneurship education, were pointed out. These result from changing the program and relocating some critical content to the extended program. Conclusions regarding the assessment of the new subject point to negative aspects of the entrepreneurship education program.

The works presented here cover current and diverse issues which will be developed in subsequent research. Our journal will continue to play a role in this process, and we encourage academics to present further research on its pages. Their results are important due to their cognitive, methodological and application value, especially concerning local and regional systems.

Monika Borowiec-Gabryś, Mariusz Cembruch-Nowakowski

Monika Golonka
Anna Rychlik

Człowiek jako podmiot decydujący o kierunku rozwoju społeczności na przykładzie Detroit, Fordlandii i Empire

Human being as a subject deciding on the direction of community development on the examples of Detroit, Fordlandia and Empire

Streszczenie: W niniejszym artykule podjęto się wyjaśnienia znaczenia człowieka jako podmiotu w działalności społeczno-gospodarczej, mającego realny wpływ na kierunek rozwoju społeczności. W szczególności przedstawiono model człowieka rozpowszechniony w literaturze tematu, a oparty na koncepcji dwóch filozofów nowożytnych – Adama Smitha i Fredericka W. Taylora. Dla zilustrowania wyjaśnienia teoretycznego posłużono się przykładami trzech społeczności (Detroit, Fordlandii i Empire) zbudowanymi według koncepcji wspomnianych teoretyków. Wskazano na pomijane w literaturze znaczenie współpracy konkretnych osób w działalności społeczno-gospodarczej: twórców koncepcji teoretycznych, a także przywódców oraz podwładnych. Wreszcie przedstawiono realistyczne ujęcie podmiotowości osoby ludzkiej. Zgodnie z nim człowiek zdolny jest do posługiwania się władzami intelektualnymi oraz wolitywnymi i faktycznie przyczynia się do rozwoju bądź upadku społeczno-gospodarczego poprzez swoje decyzje, wybory i działania.

Abstract: This work aims to explain the importance of human beings as a subject in socio-economic activity, impacting the direction of community development. In particular, the widespread model of human beings in the subject literature, based on the concept of two modern philosophers, Adam Smith and Frederick W. Taylor, has been presented. To illustrate the theoretical explanation, examples of three communities designed on the foundation of the mentioned concept have been provided (Detroit, Fordlandia and Empire). The importance of cooperation between specific people in socio-economic activities, creators of theoretical concepts, and leaders and subordinates has been explained. Finally, a realistic approach to the subjectivity of human beings has been presented, considering the capability of using intellectual and volitional powers and actual contributions to socio-economic growth or decline through their decisions, choices, and actions.

Słowa kluczowe: Arystoteles; Detroit; działalność społeczno-ekonomiczna; realizm; władze intelektualne i wolitywne

Keywords: Aristotle; Detroit; intellectual and volitional faculties; realism; social economy

Otrzymano: 3 października 2023

Received: 3 October 2023

Zaakceptowano: 30 listopada 2023

Accepted: 30 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Golonka, M., Rychlik A. (2023). Człowiek jako podmiot decydujący o kierunku rozwoju społeczności na przykładzie Detroit, Fordlandii i Empire. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 13–29. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.1>

Wstęp

Wyjaśnienia przyczyn problemów społeczno-gospodarczych – w tym także upadków społeczności – spotykane w licznych opracowaniach literaturowych (np. Boyle, 2001; Butler i Brown, 2013; Degan, 2011; Grandin, 2010; Kanger, Sillak, 2020; Lüthje, 2002; McIntyre, 2000; Steinmetz, 2009) koncentrują się na warunkach zewnętrznych, koncepcjach, czy też roli liderów (przywódców, menedżerów), pomijając znaczenie dobrowolnej współpracy konkretnych ludzi: twórców koncepcji – filozofów, oraz osób, które podejmują się praktycznej realizacji owych koncepcji.

Niektórzy badacze zauważają, że współczesne koncepcje działalności społeczno-gospodarczej człowieka nie w pełni odpowiadają rzeczywistości (Mort, Weerawardena, Carnegie, 2002; Nadeau, 2003; Woźniak, 2020). W szczególności wyjaśnienia spotykane w literaturze pomijają lub nie w pełni uwzględniają podmiotowość osoby ludzkiej w działalności społeczno-ekonomicznej. Opracowywane na podstawie niepełnych koncepcji rozwiązania praktyczne często nie służą faktycznemu rozwojowi społeczno-gospodarczemu. Braki i błędy koncepcyjne stają się widoczne zwłaszcza w czasach kryzysów (Kirman, 2010; Stiglitz, 2018).

W niniejszym artykule wzięto pod uwagę perspektywę realistyczną, umożliwiającą uwzględnienie podmiotowości osoby ludzkiej. W ujęciu tym kierunek rozwoju społeczności wyznacza *współpraca konkretnych osób*, podejmujących decyzje, dokonujących wyborów oraz podejmujących działania; w tym przypadku *filozofa* – prezentującego określony model człowieka i jego działalności społeczno-gospodarczej, *przywódcy* – oferującego praktyczną realizację tegoż modelu, oraz *podwładnego* – dobrowolnie przystępującego do jego realizacji. Dla zilustrowania dynamiki współpracy między wymienionymi podmiotami w ujęciu realistycznym posłużono się przykładami trzech społeczności – Detroit, Fordlandii i Empire, zbudowanych na podstawie koncepcji dwóch filozofów nowożytnych: Adama Smitha i Frederica Taylora. Detroit, będące najzamożniejszym miastem na świecie (Jones, 2023), i symbolem sukcesu gospodarczego, od ponad pięciu dekad nie wydobyło się z kryzysu, zyskując miano największego upadłego miasta (Williams, White, 2013). W literaturze nazywane jest ono przypadkiem wyjątkowym (Beauregard, 2011), jednak przykłady wielu innych miast, m.in. Fordlandii czy Empire, pokazują, że i tamtejsze społeczności znalazły się w podobnej sytuacji.

W pierwszej części artykułu zostały zaprezentowane wspomniane społeczności wraz z analizą faktycznego stanu w czasie ich prosperity i upadku. Następnie przedstawiono teoretyczną koncepcję człowieka i jego działalności społeczno-ekonomicznej, na podstawie której zostały zbudowane te społeczności. W dalszej części wyjaśniono realizację koncepcji w praktyce oraz omówiono perspektywę realistyczną, umożliwiającą uwzględnienie podmiotowości osoby ludzkiej i w ten sposób pomocną w pełniejszym wyjaśnieniu roli człowieka w tworzeniu społeczności. Ostatnią część stanowią wnioski.

Rozwój i upadek społeczności

Detroit

W 1960 r. Detroit w stanie Michigan było uznawane za najzamożniejsze miasto w USA pod względem przychodu na mieszkańca (Jones, 2023), a najpewniej i najbogatsze miasto na świecie. W czasach prosperity teoretycy społeczni i dziennikarze wskazywali to miejsce jako wzorcowy przykład rozwiązywania wszelkich konfliktów klasowych (Sugrue, 1996), a ekonomiści widzieli w nim symbol sukcesu idei kapitalizmu i współczesnego przemysłu. Od początku XX w. liczba ludności miasta wzrosła z 700 tys. do prawie 2 mln w konsekwencji napływu nowych pracowników do mieszczących się tam przedsiębiorstw produkcyjnych branży samochodowej (Ford, GM, Chrysler), co wyniosło pozycję miasta w krajowych rankingach zaludnienia na czwarte miejsce. Zarządzający wspomnianymi przedsiębiorstwami oferowali rozliczne, unikalne na ówczesne standardy benefity, w tym ubezpieczenia, plany emerytalne i zdrowotne, w efekcie czego pracownicy branży motoryzacyjnej stali się najlepiej opłacanymi osobami w kraju (Surgue, 1996). Jednak od początku lat 70. miasto pogrążyło się w coraz głębszym kryzysie, stając się najmniej zamożne w USA, a w roku 2013 władze miasta, w związku z zawrotnym tempem zwiększania się zadłużenia, ogłosiły jego upadłość. Jest to największe jak dotąd upadłe miasto w historii Stanów Zjednoczonych (Williams, White, 2013).

W czasie ogłoszenia upadłości w mieście pozostawało 700 tys. osób, znajdowało się w nim 78 tys. porzuconych domów (Davey, 2013), a wiele innych – w tym tych, w których wciąż mieszkają ludzie – dotąd popada w ruinę. W 2010 r. media informowały o braku oświetlenia ulicznego – miasto pogrążyło się w ciemności. Także pod względem moralnym – zyskało sobie miano stolicy przestępstw USA (Zhou, 2019), wcześniej, już w 1975 r., stolicy zabójstw USA (Steckroth, 2017), a nawet – światowej stolicy zabójstw (Hunter, Harding, 2021). Nadal należy do najmniej bezpiecznych miejsc w Stanach Zjednoczonych i na świecie – zajmuje drugą pozycję w rankingu liczby przestępstw na 100 tys. mieszkańców, po Memphis (Hunter, Harding, 2021), oraz trzecią pod względem liczby zabójstw (McCann, 2023). Także jeśli chodzi o różnego rodzaju uzależnienia, w tym używanie narkotyków, alkoholu czy nikotyny, miasto znalazło się powyżej średniej krajowej (*Raport NSDUH*, 2005–2010).

W latach 2001–2010 ponad 30% mieszkańców żyło poniżej granicy materialnego ubóstwa (Boyle, 2001); w 2010 r. oficjalny wskaźnik ubóstwa wynosił 33,8% (Galen, 2010). Tym samym Detroit znalazło się na ostatniej pozycji pod względem zamożności mieszkańców (Galen, 2010). Dotąd niewiele się w tym względzie zmieniło – w 2020 r. ponad 33% osób żyło poniżej granicy ubóstwa (Deloitte, Data USA, 2020), w 2021 r. 31% (Lynch et al., 2021), a obecnie niektóre źródła podają nawet 40%, gdyż tyle osób wciąż pozostaje bez pracy (Aguilar, 2020).

Podstawowe usługi publiczne, takie jak opieka zdrowotna, straż pożarna czy policja, praktycznie nie funkcjonowały lub działały w sposób zdeorganizowany; nadal niewiele się pod tym względem zmienia (zob. np. Galen, 2010, Zhou, 2019). Nie istnieje także – zlikwidowana za sprawą producentów samochodów – komunikacja miejska (do lat 50. w Detroit funkcjonował system lekkiej kolei, zob. Shea, 2008). O skali dysfunkcji świadczy fakt, że zmarłe osoby pozostawały dwa dni na ulicy zanim zostały zabrane do kostnicy (Leduff, 2013). Detroit zajmuje wyjątkową pozycję na świecie także pod względem edukacji;

z badań przeprowadzonych przez Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) w 1998 r. wynika, że prawie połowa mieszkańców (47%) nie jest w stanie sprawnie działać w codziennym życiu (tzw. analfabetyzm funkcjonalny). Mowa także o ponad stuletnim już kryzysie edukacji (Baugh, 2016).

Fordlandia

Jednym z najnowocześniejszych miast w początkach XX w., w którym wykorzystane zostały wszelkie ówczesne osiągnięcia społeczne i techniczne (takie jak elektryczność – w tym oświetlenie ulic, bieżąca woda, telefony, samochody, pralki automatyczne, pełna opieka zdrowotna, system edukacji, współczesne budownictwo, jak też rozrywka i rekreacja – basen, kino, kluby taneczne, biblioteka, pola golfowe i tenisowe, hotel etc.), była Fordlandia, zbudowana w Amazonii, w brazylijskim stanie Parana. W latach 20. i 30. media informowały o sukcesie tego miasta, ucywilizowaniu puszczy amazońskiej i planach zagospodarowania jej dla przemysłu (Colon, 2021), wieszcząc początek brazylijskiej prosperity (Grandin, 2010). Do tej „oazy”, „arkadii”, tego „marzenia” (Grandin, 2010), przyjeżdżały tysiące chętnych osób z całymi rodzinami. Miały one pracować przy produkcji kauczuku, otrzymywać niespotykane wówczas w tym rejonie wynagrodzenie i dostęp do wszelkich udogodnień i programów oferowanych w tym miejscu. Osoby te zamieszkały nad rzeką, w nowoczesnych, schludnych, luksusowych domkach, zaprojektowanych z dbałością o każdy szczegół.

Jednak wkrótce pojawiły się także doniesienia o mających tam miejsce aktach przemocy, strajkach, zamieszkach czy napaściach osób tam mieszkających (Grandin, 2010), a nawet koniecznej interwencji brazylijskiej armii (Neil, 2016). Po porzuceniu miasta przez rezydujących tam menedżerów miejsce to pogrążyło się w coraz głębszym upadku, część osób stopniowo wyjeżdżała (na początku XXI w. pozostawało tam 90 mieszkańców), usługi publiczne przestały funkcjonować, a jedynym sposobem uzyskania pomocy medycznej było oczekiwanie na lekarza przyplływającego z daleka łodzią (Neil, 2016).

Empire

W latach 40. XX w. niewielkie miasto w amerykańskim stanie Nevada zostało kupione przez przedsiębiorstwo US Gypsum Corporation, produkujące materiały budowlane, i na jego miejscu powstało Empire Gypsum, wyłącznie dla pracowników wspomnianego przedsiębiorstwa. W ciągu kolejnych lat w Empire i położonym nieopodal Gerlach zamieszkało 2 tys. osób (w większości w Empire, zob. Powers, 2011), pracujących przy wydobywaniu i produkcji gipsu oraz korzystających z zaprojektowanych dla pracowników mieszkań i usług, takich jak własna poczta, pola golfowe, szkoła, lotnisko, sklepy, bary czy stacja benzynowa (Rieber, 2020), a z czasem także z dostępu do Internetu, telewizji kablowej – opłacanych przez przedsiębiorstwo. W czasie kryzysu finansowego (2008 r.) w przedsiębiorstwie rozpoczęła się likwidacja miejsc pracy, a ostatecznie w 2011 r. zamknięto fabrykę. Obecnie miejsce to nazywane jest „miastem duchów” („ghost town”, Daily Mail, 2011). Drogi zostały zablokowane, bramy stoją otworem, domy i trawniki są zniszczone, a zdaniem mieszkańców tętniące niegdyś życiem miasto wygląda jak „obóz koncentracyjny” (Daily Mail, 2011). Podobnie ma się sytuacja w pobliskim mieście Gerlach, powiązanym z Empire. Zamknięta szkoła, ograniczony dostęp do obiektów czy usług publicznych (Adams, 2011). Nieliczni mieszkańcy zostali ze względu na „poczucie wspólnoty” z sąsiadami (Daily Mail, 2011).

Dalsze losy niektórych mieszkańców zostały opisane przez dziennikarkę Jessicę Bruder w książce *Nomadland: Surviving America in the Twenty-First Century* (2017). Utraciwszy pracę oraz wszelkie oferowane przez przedsiębiorstwo usługi, w tym miejsca zamieszkania, przemierzają oni Stany Zjednoczone w stanowiących ich jedyną własność vanach, najmuując się do pracy sezonowej we współczesnych przedsiębiorstwach (np. Amazon) i mieszkając na oferowanych przez nie parkingach.

W doniesieniach medialnych jak i w literaturze można znaleźć liczne próby wyjaśnienia ostatecznego upadku opisanych społeczności. Zazwyczaj podawanymi powodami są: sam kryzys gospodarczy (np. Adams, 2011; Boyle, 2001; McMurdo, 2011; Steinmetz, 2009; Wiley, 2021), warunki naturalne – środowiskowe (Grandin, 2010), rozwój nowych technologii (Grandin, 2010), konflikty klasowe i robotnicze (por. Dennis, 2015; Ewen, 1978), idea kapitalizmu (Colon, 2021), tayloryzmu (Degan, 2011; Lüthje, 2002), fordyzmu (Dennis, 2015; James, 2007; McIntyre, 2000), władze (Butler i Brown, 2013; Mogk, 2017), błędy zarządzających (Grandin, 2010), systemy socjotechniczne (Kanger, Sillak, 2020) czy po prostu przywódcy (Grandin, 2010; McGregor, 2013). Jednak wyjaśnienia te nie odzwierciedlają w pełni rzeczywistości (por. Dennis, 2015); są niewystarczające (Dennis, 2015). Trudno także odnaleźć odniesienie wskazanych wyjaśnień do wszystkich prezentowanych miejsc. Przykładowo jeśli chodzi o warunki naturalne, Detroit ocenione zostało najwyżej w USA (National Oceanic and Atmospheric Administration, 2014), a zatem upadku miasta nie można wytłumaczyć ich brakiem.

Dodatkowo, zazwyczaj w przypadku kryzysów – w tym ekonomicznych, których nie brakowało od czasów starożytnych – ludzie podejmowali działania na rzecz odbudowy swoich społeczności, domostw, wsi i miast, organizowali się samodzielnie, pomimo braku szczególnych działań edukacyjnych w tym zakresie (Parnell, 2001). Działo się tak również w USA, gdy skutki Wielkiego Kryzysu (1929 r.), były najdotkliwsze właśnie w miastach. W opisywanych miejscach stało się inaczej; Empire to „miasto duchów”, a w kilkadziesiąt lat po kryzysie Detroit określone było w literaturze nadal jako ruina (Vergara, 2003), katastrofa (Draus, 2009, zob. Draus, Roddy, Greenwald, 2010), przypadek radykalnie wyjątkowy (Beauregard 2011). Choć wiele miast na świecie zmagają się z problemami i różnego rodzaju kryzysami, „Detroit nie ma sobie równych, jeśli chodzi o skalę upadku” (Dennis, 2015: 41). Niektórzy badacze zauważają, że „cechy” tego „modelowego miasta”, na których został oparty jego projekt (ten sam, który posłużył do budowy Fordlandii), jednocześnie przesądziły o jego upadku (Dennis, 2015: 41). Brakuje jednak dokładniejszego wyjaśnienia dotyczącego tychże „cech”.

Można także zauważyć, że w literaturze została zupełnie pominięta rola samych mieszkańców, zwłaszcza pracowników przedsiębiorstw, tworzących w tych miastach społeczność, jak gdyby byli oni bezwolnymi przedmiotami, sterowanymi przez zewnętrzne siły, idee lub przywódcę. Wymieniane w literaturze powody upadku opisanych społeczności w dużej mierze sprowadzają się właśnie do poszukiwania jednej osoby, zjawiska, siły czy idei odpowiedzialnych za sukces oraz za upadek każdej z tych społeczności.

Koncepcja człowieka i jego działalności społeczno-ekonomicznej

U podstaw teoretycznych wszystkich opisanych społeczności leżą koncepcje konkretnych filozofów nowożytnych: Adama Smitha oraz Fredericka W. Taylora. Obaj proponują model człowieka rozumianego jako *przedmiot* zewnętrznego oddziaływania (zob. Golonka,

Rychlik 2021), pozbawiony zdolności samodzielnego dokonywania wyborów, zwłaszcza celu podejmowanych przez siebie działań.

W wizji obu filozofów człowiek potrzebuje zewnętrznego „superbohatera” w postaci przywódcy czy *menedżera* (planującego, kontrolującego, wskazującego cel działań oraz środki do niego prowadzące u Taylora) lub też *niewidzialnej ręki* rynku (prowadzącej ludzi do niezamierzonego przez nich celu u Smitha, zob. Jones, 2013). Tę ostatnią koncepcję uzupełnia idea samokontroli (*self-command*), mająca skłaniać człowieka do przestrzegania narzuconych z zewnątrz zasad (*rule-following*, Smith, 1966), oraz idea wyobrażonej postaci bezstronnego widza (*impartial spectator*, Smith, 1966: 27, por. Golonka, Rychlik, 2021). Taylor założył, że człowiek potrzebuje zewnętrznego „umysłu”, w postaci innego człowieka – menedżera, który będzie nim „poruszał” niczym przedmiotem, „elementem” wykonawczym (Taylor, 1911). Pisał: „w przeszłości człowiek miał pierwszeństwo, w przyszłości pierwszeństwo musi mieć system” (Taylor, 1911: 7). Uznał on, że człowiekowi należy wskazać cel, na który miałyby ukierunkować swoje działania, a następnie motywować go poprzez zewnętrzne nagrody i kary, standardy, zasady, regulacje i kontrolę (por. Danziger, 1997; Zietlow, 2001).

Dla Adama Smitha celem tym jest dobrobyt rozumiany jako bogactwo materialne (Smith, 1776). Filozof ten zastąpił klasyczną koncepcję uniwersalnego dobra (szczęścia) jako celu działań ludzkich własną definicją celu jako dobrobytu materialnego, realizowanego przez konsumpcję i produkcję (zob. Smith, 1776). Z tej perspektywy wszelkie działania ludzkie nie przyczyniające się bezpośrednio do zwiększenia konsumpcji (i globalnych wskaźników jak Gross Domestic Product; PKB) nie mają żadnej wartości. Taylor ten sam cel odniósł do pracy w przedsiębiorstwach, pisząc o „maximum prosperity”, rozumianym jako maksymalizacja wynagrodzenia oraz efektywności pracy (zob. Taylor, 1911: 9).

Swoje „zasady naukowego zarządzania” odniósł także do wszelkiej działalności człowieka – od prostych, indywidualnych aktów ludzkich po pracę wielkich korporacji (Taylor, 1911: 9; por. Walker, 1913). Pisał o konieczności „kompletnej rewolucji umysłowej” (Taylor, 1911), która w jego opinii miała charakter uniwersalny. Oprócz zapewnienia jak największej produktywności miała doprowadzić także do zdyscyplinowania społeczeństwa. Uważał np., że naukowe zarządzanie sprawi, iż ludzie będą pić mniej alkoholu i oszczędzać więcej pieniędzy (Taylor, 1911: 71–72). Taylor zaliczał do elementów „mechanizmu zarządzania” standaryzację wszystkich narzędzi, a także aktów i ruchów (*acts and movements*) pracowników (Taylor, 1911: 129), zgodnie z jasno zdefiniowanymi naukowymi zasadami i formułami. Postrzegał on człowieka – pracownika – jako „element” wykonawczy większej całości, organizacji, w której „umysłem, planującym i kontrolującym” są menedżerowie (zob. Taylor, 1911).

Realizacja koncepcji w praktyce

Do rozwoju i sukcesu – rozumianego po Smisowsku – społeczności w Detroit (a także w Fordlandii) znacząco przyczynił się urodzony w okolicach Detroit i szanowany, a także najzamożniejszy i powszechnie znany w tym mieście Henry Ford, zwany niekiedy „ojcem” przemysłu motoryzacyjnego, prosperity Detroit, a nawet – samego Detroit (Modern Australian Magazine, 2023). Niektóre z jego inwestycji wciąż tam istnieją (m.in. Muzeum Amerykańskich Innowacji Henry’ego Forda), a on sam gorliwie angażował się w lokalną działalność społeczną, ekonomiczną i polityczną. Rozpoczął ją od produkcji samochodów,

zakładając Ford Motor Company i w sposób pionierski wdrażając w swoim przedsiębiorstwie koncepcję naukowego zarządzania Fredericka W. Taylora, zwanego w literaturze „ojcem naukowego zarządzania” (Mee, 2023).

Potwierdzeniem fascynacji ideami Taylora jest m.in. fakt, że w 1926 r. Ford sam napisał artykuł pt. *Mass production*, w którym nawiązał do przykładów podawanych przez Taylora w jego książce *Principles of Scientific Management* (1911). Książka ta, pomimo wysiłków podejmowanych przez Taylora w celu jej rozpropagowania, nie cieszyła się wówczas większym zainteresowaniem (Hounshell, 1988). Sam Taylor wykładał jednak zarządzanie naukowe w Detroit od 1909 r. (np. w fabryce Packarda, Foster; 1988). Henry Ford starał się nie tylko stosować w praktyce koncepcje Taylora, ale także opracowywać rozwiązania mechaniczne, które udoskonaliłyby metody produkcji, podziału pracy i kontroli proponowane przez Taylora. Na przykład w miejsce szczegółowych instrukcji wykonywania zadań przez pracowników zaprojektował linię produkcyjną (taśmę montażową) mającą automatycznie sterować tempem pracy.

Henry Ford nie ograniczył się też do mechanicznej organizacji pracy (którą opisał w artykule *Machinery, the New Messiah* z 1920 r.), a także opracował liczne programy zmierzające do szeroko rozumianej standaryzacji pracowników (sam określał ludzi jako „standard” i „substandard”, zob. Ford, 1922), regulowania ich działań – jak również zachowania ich rodzin – także poza przedsiębiorstwem. Dodatkowo włączenie ludzi niepełnosprawnych do produkcji było postrzegane przez Forda jako „rozwiązanie problemu społecznego” (Ford, 1922), wpisujące się w jego próby standaryzacji społeczeństwa i maksymalizacji produkcji.

Wykorzystywanymi środkami zachęcającymi pracowników do realizacji wspomnianych programów były przede wszystkim fundusze finansowe, w postaci udziału w zyskach, licznych benefitów i dodatkowego wynagrodzenia, wynoszącego połowę ze słynnej stawki 5 dolarów za dzień. Wiadomość o płacy 5 dolarów za dniówkę zyskała rozgłos w całym kraju (artykuł prasowy *Gold Rush is Started by Ford's \$5 Offer*, 1914). Była to niepojęta wówczas stawka; stanowiła dwukrotność standardowej dniówki. Jednak ów „dodatek”, czyli udział w zyskach FMC, można było otrzymać wyłącznie w przypadku dostosowania pracy oraz życia do opracowanych przez Forda rygorystycznych standardów (Worstell, 2012).

Weryfikacji dobrowolnego „dostosowania” dokonywali m.in. kontrolerzy z wyznaczonego w tym celu Sociological Department, którzy regularnie odwiedzali mieszkania pracowników, aby sprawdzić, jakiego języka oni używają, jak postępują, wychowują dzieci, utrzymują porządek, pielęgnują ogródki, wydają pieniądze, nabywają ubezpieczenia etc. (Esschner, 2016; Hooker, 1997). Sociological Department proponował także opuszczenie pracownikom ich „enklaw” i przeprowadzkę do „dobrego sąsiedztwa” – wyznaczonego przez firmową agencję nieruchomości (Hooker, 2007: 119) – nabywania domów na kredyt zależny od fordowskiego programu udziału w zyskach, jak i kupna samochodów (Ford) oraz edukację w szkole Ford English School.

Z czasem w pozostałych przedsiębiorstwach produkcyjnych w Detroit zarządzający zaczęli powielać wiele stosowanych w FMC metod. W efekcie prześcigano się w oferowaniu benefitów, takich jak programy rekreacyjne, edukacyjne, urlopy, stołówki, imprezy towarzyskie, kluby rozrywkowe, drużyny sportowe etc. Henry Ford, a następnie i zarządzający pozostałymi firmami, stosowali także materiały propagandowe (ulotki, broszury), programy szkoleniowe, szkoły etc. (zob. Barnard, 2005; Worstell, 2012).

Pracownicze plany (zdrowotne, ubezpieczeniowe, emerytalne, społeczne, edukacyjne, kredytowe) miały pełnić m.in. funkcję dyscyplinującą (np. Calder, 1999) – dla zapewnienia

niczym niezakłóconej produkcji. W Ford Motor Company istniała nawet „prywatna armia”, czyli Service Department, mający na celu kontrolowanie pracowników i karanie za nieprzestrzeganie standardów (Calder, 1999).

Początkowo rotacja pracowników była bardzo duża, np. w 1913 r. Ford zatrudnił 52 tys. osób, z czego pozostało tylko 14 tys. (Worstell, 2012). Można z tego wnioskować, że znaczna część osób, która pozostawała w Detroit, decydując się na pracę w lokalnych przedsiębiorstwach, zdecydowała się także na dostosowanie do wyznaczonych przez Forda standardów i wraz z całymi rodzinami oparła swój byt na spodziewanym dożywotnim zatrudnieniu (badania Cornell University z 1949 r.). Wskazuje na to także fakt, że większość byłych pracowników Forda pozostawała długoterminowo bez pracy (Worstell, 2012), gdyż uprzednio przez wiele lat nie wykorzystwała swoich umiejętności, a mimo to otrzymywała wysokie wynagrodzenie. Wszystkie rozwiązania realizowane w Detroit Ford wykorzystał także w Fordlandii, zamierzając stworzyć tam społeczeństwo idealne, wzorcowe (Grandin, 2010). Fordowski program posłużył także jako modelowy dla kampanii „amerykanizacji” oraz polityki społecznej w całym Detroit (Loizides, 2007).

Ford starał się zrealizować koncepcje Taylora, który z kolei czerpał z wizji Adama Smitha uważanego za ojca nowożytnej ekonomii (Muller, 2007). Taylor przekładał wizję Smitha na praktykę społeczno-gospodarczą i proponował jej urzeczywistnienie pracownikom, którzy licznie przybywali do Detroit czy Fordlandii i uczestniczyli w jej realizacji. Podobne inspiracje można zauważyć we wspomnianym Empire¹.

Jednak żaden ze wspomnianych przywódców nie mógłby realizować swoich idei czy planów, gdyby nie znaleźli się podwładni *chętni do współpracy*. W każdym z opisanych przypadków nastąpiła współpraca konkretnych osób: *filozofa* – przedstawiającego w swoich teoriach określony model człowieka i mechanizmy jego działalności społeczno-ekonomicznej, *przywódcy* (menedżera) – proponującego realizację tego modelu w praktyce dla osiągnięcia określonego celu partykularnego i *podwładnego* (pracownika) – uznającego ów cel za coś dla niego dobrego i przystępującego dobrowolnie do jego realizacji.

Przykładowo Ford oferował program „rozwoju zgodnego z ideałem życia postępowego” (Loizides, 2007: 119), który miał „usprawnić” pracowników – zwłaszcza emigrantów – i „przetransformować ich w ‘ludzi’” (Loizides, 2007: 119); w „dobrych pracowników” (Loizides, 2007: 119) wg koncepcji Taylora, stawiając za cel dobrobyt rozumiany według definicji Smitha. Osoby chętne do współpracy uznawały ów cel za swoje własne dobro i decydowały się na pracę, a następnie na dostosowanie swoich warunków życia do wyznaczonych standardów. Wiele osób podejmowało decyzje dotyczące własnego życia według wskazówek, a nawet sugestii menedżerów, np. w kwestii przenosin do wskazanych przez FMC dzielnic; tysiące rodzin opuszczało własne domy i w ciągu dwóch lat tylko 1% pracowników pozostawał w „ubogich” – zdaniem Forda – dzielnicach (Loizides, 2007: 127).

Pracownicy byli kategoryzowani w zależności od stopnia dostosowania do oferowanego programu i otrzymywali adekwatne wynagrodzenie (Loizides, Sonned, 2014), dobrowolnie przyjmując zasady mające prowadzić do „szczęśliwego życia na łasce Henry’ego Forda” (Loizides, 2007: 122).

¹ Prezes firmy, która wykupiła Empire, także pochodził ze stanu Michigan i uczył się w Detroit (zob. Grant, 1994).

Osoba ludzka: podmiot decyzji, wyborów i działań

Wyjaśnienie znaczenia człowieka, a zwłaszcza podwładnego – pracownika – w budowie omawianych społeczności, a także w ostatecznym ich upadku staje się możliwe przy uwzględnieniu perspektywy realistycznej, pominiętej przez nowożytnych filozofów i, w konsekwencji, przez teoretyków zarządzania.

Pierwszym filozofem, który wskazał na fakt, że człowiek jest *podmiotem*, a nie *przedmiotem* działań był Arystoteles (Ross, 1923, por. Golonka, Rychlik, 2021). W koncepcji Arystotelesa zasadnicze znaczenie dla ludzkiego działania mają posiadane przez niego władze rozumowe (intelektualne i wolitywne), czyli *rozum* oraz *rozumne pragnienie* (wola) (Arystoteles, 1928, ME, XII.7.1072a28). Stąd każdy człowiek posiada zdolność do intencjonalnego – celowego – działania; do poznawania, decydowania i wyboru realnego dobra za cel swoich działań, jak również do wyboru środków do jego realizacji; w zależności od własnych, konkretnych, unikalnych warunków, okoliczności, zdolności i umiejętności (por. Golonka, 2021; Woźniak, 2018). Każdy akt decyzyjny jest aktem rozumu, gdyż rozum wydaje konkretny sąd o działaniu w stosunku do konkretnego dobra oraz dobrowolnego wyboru tego sądu (Krąpiec, 2009: 46). Zatem postępowanie istotnie ludzkie, zgodne z ludzką rozumną naturą, wymaga podejmowania dobrowolnych działań² (voluntarily acts, Arystoteles, NE, III, 2). Jak uzupełnił to inny filozof realistyczny, Tomasz z Akwinu – działań w *wolności*, rozumianej jako *wolność wyboru*³ (*Quaestiones Disputatae de Veritate* Q. 24, a. 1) – zwłaszcza *celu* działania oraz *środków* jego realizacji. Wybory, a dokładniej – akty decyzyjne do nich prowadzące są kluczowe dla rozwoju człowieka, są wręcz aktami syntetyzującymi całą ludzką naturę (rozumno-zmysłową, zob. Golonka, 2019; Krąpiec, 2009), których pochodną są zewnętrzne działania (Tomasz z Akwinu, QDV q. 22, a. 15, ad 2). Są więc one typowo ludzkie i umożliwiają faktycznie ludzki, zgodny z naturą rozumną rozwój człowieka, podejmowanie przez niego działań, w tym także w rozumieniu społeczno-gospodarczym.

Arystoteles zauważył, że dla tak rozumianego działania człowiekowi potrzebne są praktyczna mądrość oraz cnoty moralne. Człowiek może je praktykować poprzez dokonywanie dobrowolnych *wyborów* realnego dobra w swoim codziennym życiu (choć, jak uzupełnił Tomasz z Akwinu, nie zawsze jest on wolny w swoim *działaniu*), w konsekwencji wykształcając nawyk cnotliwego działania. Praktyczna mądrość doskonali rozum, regulując pragnienia zmysłowe (przedmiotem których jest dobro *pozorne*, a nie *realne*, zob. Arystoteles *Metafizyka* XII.7.1072a28) i uzgadniając je z rozumnym pragnieniem (wolą) (Krąpiec, 2009). W ten sposób człowiek może działać – zgodnie ze swoją rozumną naturą – coraz sprawniej. Takie działanie człowieka prowadzi do jego faktycznego rozwoju, także w szerszym, społeczno-gospodarczym wymiarze⁴, ponieważ każdy akt decyzyjny człowieka – oraz

² „Niedobrowolność”, jako brak wewnętrznej autonomii wyboru, nie jest kwestią błędnych celów czy braku wiedzy teoretycznej, ale nieznanomości konkretów (partykulariów – tego, co jednostkowe), okoliczności i warunków, od których zależy działanie (NE III.1.1110b24). Natomiast dobrowolność jest „tym, czego poruszającą zasadą jest sam sprawca [działania – przyp. M.G., A.R.], świadomy konkretnych okoliczności działania” (NE III.1.1111a13) (por. Golonka, Rychlik, 2021).

³ „Porusza nas wolny wybór w takim stopniu, w jakim poprzez nasz wolny wybór decydujemy się na poruszenie” (QDV q. 24, a. 5). (por. Golonka, Rychlik, 2021).

⁴ Samo znaczenie słowa „ekonomia” zostało u Smitha zasadniczo zmienione, gdyż w oryginalnym znaczeniu wywodzi się ono od greckiego słowa *oikos*. *Oikos* w koncepcji Arystotelesa oznaczało gospodarstwo domowe, podstawową strukturę społeczną, którą tworzyła rodzina wraz z posiadaniem dobytku, oraz relacjami pomiędzy osobami z rodziny a pozostałymi osobami, jak też samo zarządzanie domostwem dla dobrobytu członków

wynikające z niego działanie – powoduje określone konsekwencje społeczne i gospodarcze.

Jednak w przypadku, gdy człowiek zawczasu uzna siebie za istotę z natury pozbawioną wolnego wyboru lub w ogóle rozumnych pragnień, *poddaje się on tym samym złudzeniu bycia zależnym od zewnętrznych sił* (por. Tomasz z Akwinu, QDV q. 24, a. 5) i dopasowuje własne działania i relacje do swojej wiary w realność takiego złudzenia.

Jak wynika z arystotelesowskiej koncepcji cnót moralnych, jedynie poprzez praktykowanie dobrowolnych wyborów poznawanego (dzięki władzy intelektualnej i wolitywnej) realnego dobra człowiek może coraz sprawniej działać⁵, rozwijać się jako osoba ludzka; urzeczywistniać swój ludzki potencjał. W innym przypadku miejsce wykształcania nawyku celowego działania zastępuje „nawyk działania automatycznego”, zgodnego z dyktatem władz zmysłowych, czego skutkiem jest swoista *niepełnosprawność* (moralna, społeczna, ekonomiczna), której wiele przejawów można obserwować w każdym ze wspomnianych w niniejszym artykule miast.

Uwzględnienie perspektywy realistycznej pozwala włączyć do analizy element podmiotowości osoby. Dzięki temu uznajemy, że człowiek, posiadając władze intelektualne i wolitywne, jest zdolny dokonać realnej zmiany w danej społeczności. Jego zdolność do rozumnych pragnień oraz celowego działania pozwala mu m.in. na tworzenie systemów służących rzeczywistemu dobrobytowi.

Jak pokazują liczne wydarzenia obserwowane w rzeczywistości społeczno-gospodarczej, jest to możliwe niezależnie od zewnętrznych uwarunkowań.

W wielu krajach w czasach kryzysów ekonomicznych przedsiębiorcy, czyli osoby działające we względnej wolności osoby, których działania nie krępował odgórnie narzucony jedyny właściwy model zachowania, kontynuowali wymianę gospodarczą z innymi podmiotami poprzez tworzenie własnych, alternatywnych systemów walutowych (niektóre wciąż są wykorzystywane, np. WIR w Szwajcarii, Sardex w Sardynii). Podczas głębokiego kryzysu w Japonii w latach 70. ubiegłego wieku Teruko Mizushima, pozbawiona środków do życia młoda matka, doszła do wniosku, że zarówno idee kapitalizmu, jak i socjalizmu nie sprawdzają się w praktyce⁶. Dlatego założyła bank czasu, gdyż zauważała, że czas, którego każdy ma tyle samo, jest zasobem zarówno sprawiedliwym, jak i odpornym na inflację. W jej koncepcji czas, jako waluta, miał służyć wymianie pomiędzy poszczególnymi osobami, a dokładniej: wymianie z innymi osobami poprzez „akty dawania i przyjmowania czasu” (zob. Miller, 2008a), zwłaszcza w przypadku opieki nad dziećmi, starszymi i niepełnosprawnymi. Dzięki takiemu rozwiązaniu wkrótce wiele osób (w latach 90. było ich już 4 tys. w 326 oddziałach w kraju) było w stanie wieść życie w upragnionym przez Mizushimę,

rodziny, określone przez człowieka organizowanie codziennej pracy, w tym utrzymanie rodziny, czyli *nomos*. Poszczególne domostwa składały się na polis (miasto, państwo). W tak rozumianym domostwie człowiek mógł kształcić się, praktykując cnoty moralne w codziennych obowiązkach i relacjach z innymi, a dalej – wnosząc swój wkład w społeczeństwo (polis). *Oikos* wraz z *nomos* składają się na oryginalne znaczenie słowa „ekonomia”. Natomiast Smith położył nacisk wyłącznie na wymiar globalny (uzyskiwanie jak najwyższych wskaźników globalnych – GDP), pomijając rozwój człowieka w szerszym rozumieniu oraz fakt znaczenia człowieka jako dobra samego w sobie. Mimo uwzględnienia pewnych rodzajów wolności ludzkiej w działalności ekonomicznej w koncepcji Smitha człowiek wartościowy to *człowiek bezpośrednio przyczyniający się do wzrostu GDP*.

⁵ Z perspektywy realistycznej każde działanie ludzkie, w tym wymiana społeczna i gospodarcza, ma charakter moralny (zob. Arystoteles, *The Policy*), gdyż „akt decyzji, jako akt ze swej istoty moralny, jest sprzężeniem rozumu praktycznego, wydającego konkretny sąd o działaniu w stosunku do konkretnego dobra oraz dobrowolnego wyboru tego sądu” (Krąpiec, 2009: 46).

⁶ Koncepcja Adama Smitha stanowiła podstawę teorii ekonomicznych także Karola Marksa.

szeroko pojmowanym dobrobycie. Setki banków czasu funkcjonują nadal zarówno w Japonii (pod nazwą Fureai Kippu, por. Calligan, 2011; Woźniak, 2020), jak i w innych krajach, stanowiąc alternatywę dla systemu opieki społecznej i będąc często opcją przedkładaną ponad usługi instytucjonalne i komercyjne. Powodem tego, jak twierdzą Japończycy, jest jakość „osobowych relacji z innymi działającymi dobrowolnie ludźmi” (Miller, 2008b: 104).

Licznych przykładów potwierdzających możliwości człowieka jako podmiotu decyzji, wyborów i działań w nadzwyczaj niesprzyjających warunkach zewnętrznych dostarczają czasy II wojny światowej. Podczas panowania partii nazistowskiej w Niemczech niektórzy naukowcy odmawiali przyjmowania rządowego finansowania na badania z uwagi na związane z tymi funduszami cele, do których finansowane działania miałyby zostać skierowane. Narażali się przy tym na rozliczne represje ze strony władz, utratę materialnego dobrobytu, a nawet życia, jak Heinrich Wieland, chemik, noblista (zob. Everts, 2013; Wieland, Hertkorn, Dunkel, 2008), czy utratę pracy i pozycji, tak jak rezygnujący ze współpracy z organizacjami wspierającymi cele nazistów Max Berek, który utracił pozycję profesora uniwersytetu. Berek był minerologiem, matematykiem i twórcą obiektywu 35-mm (Berghäuser, 2021). Na realistycznie pojmowaną przez nich osobę ludzką wskazują pozostawione przez nich pisma, w tym esej Berka z roku 1949, w którym pisał: „Godność człowieka może rozwijać się jedynie w wolności, w wolności wewnętrznej. Wolność kształtowania życia na własną odpowiedzialność, podejmowania istotnych decyzji, niezależnie od nacisku stron trzecich lub systemu, to podstawa, na której opiera się cała godność człowieka” (Berghäuser, 2021).

Wiele innych osób, pomimo zagrożenia utraty dobrobytu materialnego, a nawet wolności osobistej i życia, kierowało się w swoim postępowaniu celami pozamaterialnymi. Dzięki temu realnie przyczyniali się oni do rozwoju społeczności, podejmując się działalności edukacyjnej, opiekuńczej (np. Janina Kajtoch, zob. Rup-Staroń, 2009), wydawniczej (np. Maksymilian Kolbe, Iliński, 1975), czy duszpasterskiej (np. kapłani katoliccy działający po wojnie na terenie ZSRR, np. Władysław Bukowiński, Bronisław Drzepecki, Józef Kuczyński, zob. Nowak, 2013, Bukowiński, 1979).

Wnioski

Skutki działalności społeczno-ekonomicznej człowieka dostrzegalne są w rozwoju społeczności, a niekiedy także w ich upadku. Dokonany przegląd literatury, zwłaszcza opis i analiza niektórych konkretnych społeczności, takich jak wymienione w niniejszej analizie miasta Detroit, Fordlandia czy Empire, wskazuje, iż zagadnienie roli człowieka w działalności społeczno-gospodarczej wymaga dokładniejszego wyjaśnienia. Dostępne badania przede wszystkim pomijają lub nie w pełni uwzględniają podmiotowość osoby ludzkiej w działalności społeczno-ekonomicznej. Wprawdzie braki koncepcyjne stanowią przedmiot licznych opracowań literaturowych, ale jednak wciąż nie jest w nich uwzględniana, lub nie jest w pełni uwzględniana, rola konkretnych osób przyczyniających się do rozwoju społeczności w danym kierunku: *filozofa* – proponującego określoną koncepcję teoretyczną, jak też osób podejmujących się jej realizacji w praktyce – *przywódców* oraz *podwładnych*. Szczególnie znaczenie tych ostatnich jest właściwie zupełnie pomijane. Ów brak można także dostrzec w koncepcji leżącej u podstaw rozwoju społeczności wspomnianych „upadłych miast”.

W koncepcji filozofa – w tym przypadku Adam Smitha – pomimo uwzględnienia w niej licznych możliwości prowadzenia działalności ekonomicznej przez człowieka, sam człowiek rozumiany jest jako pozbawiony władz intelektualnych przedmiot zewnętrznego

oddziaływania, poddany zewnętrznej sile („niewidzialnej ręce”), kierującej go do dobrobytu materialnego. Frederick Taylor rozwinął tę koncepcję na gruncie zarządzania przedsiębiorstwem, wskazując na konieczność wyznaczenia człowiekowi celu, a następnie kierowania go do niego za pomocą rozlicznych środków, przede wszystkim materialnych. Praktyczną realizację tej wizji proponuje przywódca; nie mógłby jednak jej zrealizować bez osób dobrowolnie podejmujących się współpracy, tj. podwładnych. Społeczności wszystkich opisanych miast zostały zbudowane wokół przedsiębiorstw; dwa z nich (Fordlandia i Empire) zostały zaludnione w całości przez pracowników tych przedsiębiorstw. W prezentowanych przykładach dobrowolnie przyjęli oni podany im cel, dostosowywali do niego swoją pracę, zachowanie, a także życie, jak również byt swoich rodzin, starając się sprostać standardom wyznaczonym przez przywódcę.

Uwzględnienie perspektywy realistycznej umożliwia wyjaśnienie pogłębiającego się upadku, w tym swoistej niepełnosprawności moralnej, społecznej i ekonomicznej, której wiele przejawów widocznych jest w prezentowanych przypadkach do dzisiaj. Filozofowie realistyczni, począwszy od Arystotelesa, wskazują na fakt, że człowiek jest podmiotem działań, posiadającym władzę intelektualne i wolitywne, umożliwiające poznawanie i dokonywanie wyboru realnego dobra. Poprzez praktykowanie takich wyborów w codziennym życiu człowiek może stawać się coraz sprawniejszy w swoim działaniu – w wymiarze moralnym, jak i społeczno-ekonomicznym, gdyż każdy wybór ludzki z natury ma charakter moralny, a jego skutki wpływają na kierunek rozwoju społeczności. Liczne przykłady z rzeczywistości społeczno-gospodarczej pokazują, że działanie istotnie ludzkie jest możliwe w każdych, nawet nadzwyczaj niesprzyjających warunkach zewnętrznych. Realisci zauważają jednak także, że w przypadku, gdy człowiek rezygnuje z tak pojmowanego działania, dobrowolnie poddaje się on złudzeniu bycia zależnym od zewnętrznych sił i oczekuje na osobę charyzmatycznego lidera, mającego nakierować i „poruszyć” społeczność, czy też gospodarkę.

Jednym z zagadnień wartych dalszych badań są inspiracje koncepcjami leżącymi u podstaw opisanych w niniejszym artykule „upadłych miast” we współczesnych warunkach. Można je odnaleźć m.in. w dokumentach firmy Google (np. *Performance Management at Google*), czy też Organizacji Narodów Zjednoczonych (np. *The 2030 Agenda for Sustainable Development and the UN Decade of Healthy Ageing 2021–2030, Roadmap for the future we want & UN we need*), z których wynika, że człowiek jest postrzegany jako przedmiot zewnętrznego oddziaływania, wymagający określonej standaryzacji, „poruszania” poprzez różnego rodzaju środki, także materialne, w kierunku podanych celów – maksymalizacji produkcji oraz postępu gospodarczego, wyrażonego we wskaźnikach GDP.

Literatura

References

- Adams, P. (2011). *End of Empire: Tough economy closes mining town*. Pozyskano z: <https://www.bbc.com/news/magazine-15360661>
- Aguilar, L. (2020). *Detroit unemployment rate 'alarmingly' high amid coronavirus*. Pozyskano z: <https://www.bridgemi.com/urban-affairs/detroit-unemployment-rate-alarmingly-high-amid-coronavirus> (na podstawie U.S Bureau of Labor Statistics)
- Aquinas, T. (1952–1954). *Quaestiones Disputatae de Veritate (Truth)*. Chicago: Henry Regnery Company. Pozyskano z: <https://dhspriority.org/thomas/english/QddeVer.htm>
- Aquinas, T. (2006). *ST. Charity*. Vol. 34. Cambridge: Cambridge University Press.

- Aristotle. (1928). *Metaphysics*. W: *The Works of Aristotle*, D. Ross (ed). Vol. VIII.
- Aristotle. (1980). *The Nicomachean ethics*. Oxford: Oxford University Press.
- Aristotle. *The Policy*. Burnyeat, M., 1865.
- Barnard, J. (2005). *American Vanguard: The United Auto Workers during the Reuther Years, 1935–1970*. Wayne State University Press
- Baugh, J. (2016). *Detroit's school crisis is a century in the making*. *Bridge Michigan*. Pozyskano z: <https://www.bridgemi.com/talent-education/detroits-school-crisis-century-making>
- Beauregard, R.A. (2011). *Radical Uniqueness and the Flight from Urban Theory*. Pozyskano z: <https://www.roter-punkt-kamera.de/max-berek/>
- Boyle, K. (2001). The Ruins of Detroit: Exploring the Urban Crisis in the Motor City. *Michigan Historical Review*, 27(1), 109–127. <https://doi.org/10.2307/20173897>
- Branche-Wilson, A., Cooney, P. (2020). *The Financial Well-Being of Detroit Residents: What Do We Know? Poverty Solutions at the University of Michigan*. Pozyskano z: https://sites.fordschool.umich.edu/poverty2021/files/2021/03/Financial-Wellbeing-of-Detroiters_82020.pdf
- Bukowiński, W. (1979). *Wspomnienia z Kazachstanu*. Londyn: Editions Spotkania.
- Butler, H., Brown, R. (2013). *Corporacy: The Tyranny of Neoliberalism and Detroit Financial Crisis*. Pozyskano z: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2229554
- Colon, M. (2021). *Fordlandia and Capitalism's Fantasy in the Amazon*. Pozyskano z: <https://nacla.org/news/fordlandia-capitalism-fantasy-amazon>
- Davey, M. (2013). *Big Dreams, but Little Consensus, for a New Detroit*. *NYT*. Pozyskano z: <https://www.nytimes.com/2013/09/03/us/dreams-but-little-consensus-for-a-new-detroit.html>
- Degan, R.J. (2011). Fordism and Taylorism are responsible for the early success and recent decline of the U.S. motor vehicle industry. Center of Research in International Business & Strategy, *Working paper* 81/2011. https://globadvantage.ipleiria.pt/files/2011/09/working_paper-81_globadvantage.pdf
- Dennis, E.P. (2015). *Reconsideration of the Rise and Fall of Detroit Through the Lens of Non-Place*. Pozyskano z: https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/120372/Dennis_ReconsiderationOfTheRiseAndFallOfDetroitThroughTheLensOfNon-Place.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Draus, P.J., Roddy, J.K., Greenwald, M. (2010). A hell of a life: addiction and marginality in post-industrial Detroit. *Soc Cult Geogr.*, 11(7), 663–680. <https://doi.org/10.1080/14649365.2010.508564>
- Draus, P. (2009). Substance abuse and slow motion disasters: the case of Detroit. *The Sociological Quarterly*, 50, 360–382.
- Eschner, K. (2016). *In 1913, Henry Ford Introduced the Assembly Line: His Workers Hated It*. Pozyskano z: <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/one-hundred-and-three-years-ago-today-henry-ford-introduced-assembly-line-his-workers-hated-it-180961267/>
- Ewen, L.A. (1978). *Corporate Power and Urban Crisis in Detroit*. Princeton University Press. Pozyskano z: <http://www.jstor.org/stable/j.ctt13x10zh>
- Everts, S. (2013). *Chemistry in Nazi Germany*. Pozyskano z: <https://cen.acs.org/articles/91/i37/Chemistry-Nazi-Germany.html>
- Ford, H. (1920). *Machinery: The New Messiah*. Kessinger Publishing, Whitefish.
- Ford, H. (1922). *My Life and Work*. Doubleday, Page & company.
- Foster, B. (1988). The fetish of Fordism. *Document – Gale Academic OneFile*. Pozyskano z: <https://go.gale.com/ps/i.do?id=GALE%7CA6323610&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=00270520&p=AONE&sw=w&userGroupName=anon~acc83773&aty=open-web-entry>
- Galen, E. (2010). *Health and health care services in the poorest US city*. Pozyskano z: <https://www.wsws.org/en/articles/2010/03/detr-m30.html>
- Golonka, M., Rychlik, A. (2021). Social Entrepreneurship: rethinking theoretical assumptions. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(2). <https://doi.org/10.24917/20833296.172.6>
- Golonka, M. (2021). Coworking vs Corpworking: Realistic Perspective. W: *The Flexible Workplace, Human Resource Management*, M. Orel et al. (eds.), 97–112.

- Golonka, M. (2019). Edukacja przedsiębiorczości: perspektywa realistyczna. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 15(2), 40–58.
- Grandin, G. (2010). *Fordlandia: The Rise and Fall of Henry Ford's Forgotten Jungle City*. Macmillan USA
- Grant, J. (1994). *Money of the Mind*. Farrar, Straus & Giroux Inc.
- Hooker, C. (1997). Ford's sociology department and the Americanization campaign and the manufacture of popular culture among line assembly workers c.1910–1917. *Journal of American Culture*, 20, 47–53.
- Hounshell, D.A. (1988). The Same Old Principles in the New Manufacturing. Pozyskano z: HBR, <https://hbr.org/1988/11/the-same-old-principles-in-the-new-manufacturing>
- Hunter, G., Harding, H. (2021). *Detroit remains among nation's most violent big cities, FBI statistics show. The Detroit News*. Pozyskano z: <https://eu.detroitnews.com/story/news/local/michigan/2021/09/27/detroit-most-violent-big-us-cities-fbi-uniform-crime-report-2020/5883984001/>
- Iliński, P.S. (1975). *Maksymilian Maria Kolbe na tle epoki*. Londyn: Veritas.
- Jain, S.S. (1999). The Prosthetic Imagination: Enabling and Disabling the Prosthesis Trope. *Science, Technology, & Human Values*, 24(1), 31–54.
- James, D. (2007). *The death of Fordism*. Pozyskano z: <https://www.afr.com/companies/the-death-of-fordism-20070510-kaemz>
- Jones, J. (2023). *The Spirit of the City: Marshall Fredericks Sculptures in Detroit*. Michigan State University Press.
- Kanger, L, Sillak, S. (2020). Emergence, consolidation and dominance of meta-regimes: Exploring the historical evolution of mass production (1765–1972) from the Deep Transitions perspective. *Technol Soc.*, 63(101393). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101393>
- Kirman, A. (2010). The Economic Crisis is a Crisis for Economic Theory. *CESifo Economic Studies*, 56, 498–535. <https://doi.org/10.1093/cesifo/ifq017>
- Krapiec, M.A. (2009). *Człowiek jako osoba*. Lublin: PTTA.
- Leduff, C. (2013). *Detroit: An American Autopsy*. Penguin Books.
- Loizides, G.P. (2007). “Maing men” at Ford: Ethnicity, race, and Americanization during the progressive period. *Michigan Sociological Review*, 21, 109–148.
- Loizides, G.P., Sonnad, S.R. (2004). Fordist applied research in the era of the five dollar day. *Sociological Practice*, 6(2), 1–25.
- Lunch, E., Clark, A.W., Goss, A., Williams, S., Abulhab, S. (2021). *The State of Economic Erquity in Detroit*. A publication of Detroit Future City Center for Equity, Engagement, and Research
- Lüthje, B. (2002). The Detroit of the New Economy: The Changing Workplace, Manufacturing Workers and the Labor Movement in Silicon Valley. *Journal of the Association for History and Computing*, 5.
- Marshall, A.G. (2015). Black Liberation and the Foundations of Social Control. *The American Journal of Economics and Sociology*, 74(4), 775–795.
- McGregor, J. (2013). *What killed Detroit? Let's not forget the Who*. Pozyskano z: <https://www.washingtonpost.com/news/on-leadership/wp/2013/07/19/what-killed-detroit-lets-not-forget-the-who/>
- McIntyre, S.L. (2000). The Failure of Fordism: Reform of the Automobile Repair Industry, 1913–1940. *Technology and Culture*, 41(2), 269–299.
- McMurdo, D. (2011). *Empire: The death of a Nevada company town*. Pozyskano z: <https://www.review-journal.com/news/empire-the-death-of-a-nevada-company-town/>
- Mee, J.F. (2023; 30 sierpnia). Frederick W. Taylor. *Encyclopedia Britannica*: Pozyskano z: <https://www.britannica.com/biography/Frederick-W-Taylor>
- Miller, J. (2008a). Teruko Mizushima: Pioneer Trader in Time as a Currency. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, 17.
- Miller, J. (2008b). *Both borrowers and lenders: Time Banks and the aged in Japan*. Australian National University. Pozyskano z: https://hourworld.org/pdf/Study_Time_Banks_of_Japan.pdf

- Mogk, J.E. (2017). *Bad government caused Detroit's decline. Don't blame the riot*. Pozyskano z: <https://www.bridgemi.com/guest-commentary/bad-government-caused-detroits-decline-dont-blame-riot-slideshow>
- Mort, G.S., Weerawardena, J., Carnegie, K. (2002). Social entrepreneurship: Towards conceptualisation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76–88.
- Muller, J.Z. (2007). *The Mind and the Market*, New York: 2007, 51–83.
- Nadeau, R.L. (2003). *The Wealth of Nature: How Mainstream Economics Has Failed the Environment*. Columbia University Press.
- Nowak, J. (2013). *Niezłomny pasterz. Duszpasterstwo ks. Władysława Bukowińskiego w Kazachstanie w latach 1950–1974*. Kraków: Wydawnictwo Instytutu Teologicznego Księży Misjonarzy w Krakowie.
- Parnell, E. (2001). The Role of Cooperatives and other Self-Help Organizations in Crisis Resolution and Socio-Economic Recovery. *International Labour Organization, Switzerland*. Pozyskano z: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---coop/documents/publication/wcms_745892.pdf
- Powers, A. (2011). *An idle plant, an empty town*. Pozyskano z: <https://www.latimes.com/world/la-xpm-2011-mar-29-la-na-empire-20110329-story.html>
- Vergara, C.J. (2003). *American Ruins*. Monacelli; New York.
- Rieber, J. (2020). *A Ghostly Empire! Nevada's Mining Ghost Town!*. Pozyskano z: <https://johnrieber.com/2020/12/14/a-ghostly-empire-nevadas-mining-ghost-town-cult-movie-monday-has-the-new-film-nomadland-captures-a-desolate-america/>
- Ross, W.D. (1923). *Aristotle*. London: Methuen.
- Rup-Staroń, I. (2009). *Janina Kajtoch postać niezwykła*. Stowarzyszenie Miłośników Ziemi Bieruńskiej Porąbek
- Shea, B. (2008). *Detroit had light rail until the 1950s*. Pozyskano z: <https://www.crainsdetroit.com/article/20080818/SUB/808150304/detroit-had-light-rail-until-the-1950s>
- Smith, S. (2018). *The American Dream and Consumer Credit*. Pozyskano z: <http://americanradioworks.publicradio.org/features/americandream/b1.html>
- Smith, A. (1776/2020). *Wealth of Nations*. Harriman House Publishing.
- Smith, A. (1966). *The Theory of Moral Sentiments*. New York: A.M. Kelley.
- Steinmetz, G. (2009). Detroit: A Tale of Two Crises. *Environment and Planning. Society and Space*, 27(5), 761–770. <https://doi.org/10.1068/d2705ed>
- Steckroth, J. (2017) *From the vault: 1975 special on murder in Detroit*. Pozyskano z: <https://www.clickondetroit.com/features/2017/02/22/from-the-vault-1975-special-on-murder-in-detroit/>
- Stiglitz, J.E. (2018). Where modern macroeconomics went wrong. *Oxford Review of Economic Policy*, 34, 70–106. <https://doi.org/10.1093/oxrep/grx057>
- Strumeyer, G. (2017). *The Capital Markets: Evolution of the Financial Ecosystem*. Wiley&Sons.
- Surgue, T.J. (1996; 2023, 28 sierpnia). The Origins of the Urban Crisis: Race and Inequality in Postwar Detroit. Pozyskano z: <http://ap.gilderlehrman.org/history-by-era/politics-reform/essays/motor-city-story-detroit>
- Taylor, F.W. (1911). *The Principles of Scientific Management*. USA.
- Walker, A. (1913). Scientific Management Applied to Commercial Enterprises. *Journal of Political Economy*, 21(5), 388–399.
- Wieland, S., Hertkorn, A., Dunkel, F. (2008). *Heinrich Wieland: Naturforscher, Nobelpreisträger und Willstätters Uhr*. Wiley-VCH
- Wiley, M. (2021). *The true story of Empire, Nevada*. Pozyskano z: <https://www.insider.com/nomadland-true-story-of-empire-nevada-abandoned-ghost-town-mining-2021-4>
- Williams, C., White, E. (2013). *Once-mighty Detroit files for bankruptcy*. Pozyskano z: <https://apnews.com/article/b510e160dcc942b8ae9d732453b133d7>

- Worstal, T. (2012). *The Story of Henry Ford's \$5 a Day Wages: It's Not What You Think*. Pozyskano z: <https://www.forbes.com/sites/timworstall/2012/03/04/the-story-of-henry-fords-5-a-day-wages-its-not-what-you-think/>
- Woźniak, A. (2020). Miłość bliźniego jako źródło dobrobytu. Patriotyzm gospodarczy. *Gazeta Polska Codziennie*, 29 października.
- Woźniak, A. (2018). Znaczenie władz wolitywnych w teorii i praktyce nauczania domowego. *Edukacja Otwarta*, 2, 66-88.
- Zhou, P. (2019). The Geography of Detroit's Decline. *ThoughtCo*. Pozyskano z: <https://www.thoughtco.com/the-geography-of-detroits-decline-1435782>
- Zietlow, J.T. (2001). Social Entrepreneurship: Managerial, Finance and Marketing Aspects. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 9(1), 19-44.

Raporty

- Data USA, <https://datausa.io/profile/geo/detroit-mi/> (Deloitte & Datawheel)
- FDIC USA, <https://www.fdic.gov/consumers/template/ruiz.pdf>
- <https://photo.imx.nl/optics/optics/>
- Max Berek, https://physik.cosmos-indirekt.de/Physik-Schule/Max_Berek
- McCann, A. (2023). *Cities with the Biggest Homicide Rate Problems*. *WalletHub report*. <https://web-cache.googleusercontent.com/search?q=cache:Fkcteez1020J:https://wallethub.com/edu/cities-homicide-rate/94070&cd=8&hl=pl&ct=clnk&gl=pl&client=opera>
- MIT (2016). *Revisiting Development Finance in Detroit*. https://ocw.mit.edu/courses/11-437-financing-economic-development-fall-2016/75ed6a92273fbeb4b8d1d2ab74841b21_MIT11_437F16_Lec25.pdf
- Modern Australian Magazine. (2023). <https://modernaustrian.com/holidays-travel/16602-what-to-see-when-visiting-detroit>
- NSDUH. (2010). *Substance Use and Mental Disorders in the Detroit-Warren-Livonia MSA*. Pozyskano z: <https://www.samhsa.gov/data/sites/default/files/NSDUHMetroBriefReports/NSDUHMetroBriefReports/NSDUH-Metro-Detroit.pdf>
- NYT. (1982). (Badania Cornell Univ.) *Majority from Ford's Mahwah plant still jobless*. Archiwum NYT. Pozyskano z: <https://www.nytimes.com/1982/04/25/nyregion/majority-from-ford-s-mahwah-plant-still-jobless.html>
- Rozporządzenie dot. funduszy UE. (2021). Pozyskano z: <https://sip.lex.pl/akty-prawne/dzienniki-UE/rozporzadzenie-2021-1057-ustanawiajace-europejski-fundusz-spoleczny-plus-efs-69456574>
- ONZ Agenda (do 2030). Pozyskano z: https://www.un.org/development/desa/ageing/wp-content/uploads/sites/24/2017/07/UNDP_AARP_HelpAge_International_AgeingOlderpersons-and-2030-Agenda-2.pdf
- ONZ Agenda w Polsce. (2017). Pozyskano z: <https://www.oecd.org/poland/Better-Policy-Series-Poland-Nov-2017-PL.pdf>
- ONZ Agenda (Roadmap). Pozyskano z: <https://oneearthfuture.org/sites/default/files/Roadmap-UN75-Beyond.pdf>
- Performance Management at Google*. Pozyskano z: <https://worklogixblog.files.wordpress.com/2018/08/b3318-google.pdf>
- NOAA. (2014). *Statistics on natural disasters*. Pozyskano z: <https://www.cbsnews.com/detroit/news/detroit-named-no-1-safest-city-from-natural-disasters/>

Monika Golonka, dr hab. Autorka zajmuje się naukowo zagadnieniami organizacji, realizmu, autonomii i wolności w działalności intelektualnej.

Monika Golonka, PhD habilited. The author's research interests revolve around organisation, realism, autonomy and freedom in creative and intellectual work.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8312-454>

Adres/Address:

ul. Długa 42/21

00-238 Warszawa, Poland

e-mail: monika.golonka@protonmail.com

Anna Rychlik, dr. Autorka zajmuje się naukowo zagadnieniami organizacji, realizmu, autonomii i wolności w działalności intelektualnej

Anna Rychlik, PhD. The author's research interests revolve around organisation, realism, autonomy and freedom in creative and intellectual work.

Adres/Address:

e-mail: biuro@coreorum.pl

Monika Murzyn-Kupisz
Jagiellonian University in Kraków, Poland

Mónika Szilágyi-Csüllög
ELTE Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

Orhidea Edith Kiss
ELTE Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary

Understanding and implementing sustainability by Polish designers – owners of small, independent fashion brands

Abstract: Implementing sustainable development goals defined by UNESCO encompasses diverse activities and spheres of contemporary life, including the issues of responsible production and consumption (goal 12). The fashion sector is often mentioned in this context and considered both ethically and environmentally problematic, especially taking into account clothing overproduction coupled with decreasing of its quality and offshoring to non-European countries. Fashion designers – owners of independent fashion brands based in specific local contexts – seem to be especially well prepared to implement in practice the idea of sustainable fashion often also referred to as responsible, ethical or slow fashion. The paper presents results of a qualitative exploratory research among Polish small, independent fashion firms. Analysing in-depth interviews with creative entrepreneurs based in different parts of Poland (Kraków, Łódź, Bytom, Warsaw, other cities and towns), the investigation considers issues such as: how do they understand the concept of sustainable fashion, how do they implement it in their entrepreneurial activities, what challenges and opportunities do they see in this respect, especially taking into account that their entrepreneurial activities situate them between the more symbolic-economy oriented creative sector and the more practically-oriented traditional garment and apparel sector?

Keywords: entrepreneurship; fashionpreneurs; Poland; SMEs; sustainable fashion

Received: 19 September 2023

Accepted: 21 November 2023

Suggested citation:

Murzyn-Kupisz, M., Szilágyi-Csüllög, M., Kiss, O.E. (2023). Understanding and implementing sustainability by Polish designers – owners of small, independent fashion brands. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 30–46. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.2>

Introduction

In the past few decades, in particular, following the development of fast fashion and strong off-shoring tendencies in the European context, **the issue of the environmental and social**

costs of fashion has begun to be increasingly noticed. Attention has been drawn to various adverse environmental impacts of the clothing industry, such as carbon emissions, depletion and pollution of water resources, and excessive waste (UNECE 2020, 2021). As a global challenge, the issue of sustainability in fashion design, production and consumption is, therefore, a leading theme in the discourse on fashion in recent years (Fletcher, Grose, 2012; Fletcher 2014; Gwilt, Rissanen, 2011; Gwilt, Payne, Ruthschilling, 2019; Henninger et al., 2017; Niinimäki, 2018). **Sustainable approaches to fashion production and consumption have many dimensions.** Most often mentioned are ecological matters, such as the use of more eco-friendly fabrics (e.g. sourced in an environmentally responsible way or recycled), minimising textile waste (zero-waste approaches), improving the quality of garments (including textiles, stitching and sewing) to ensure a longer lifespan for clothing, along with, to name but a few, opportunities for recirculation, more sustainable design allowing for flexible use, and limited and on-demand production to avoid overproduction. Social and ethical problems are also included in the concept of fashion sustainability: safe working conditions for workers in the textile industry, fair pay, and fair trade issues. Sometimes, the broader concepts of corporate social responsibility are likewise discussed. The many approaches to conceptualising the sustainability of fashion translate into a multitude of ways such practices may be referred to including. Zero-waste, responsible, green, ethical and slow fashion, and corporate social responsibility are some of those most often used terms depending on the focus of a particular producer or consumer, but also often treated as synonyms.

The need for more effective awareness-raising campaigns among various fashion market stakeholders, ranging from producers and consumers to different levels of government, while increasing the traceability and transparency of fashion value chains to enable consumers to make more informed and responsible decisions has also been underlined (UNECE 2020, 2021). From a broader angle, **more responsible clothing consumption and production is much in line with the UN Sustainable Development Goals (SDGs)**, in particular, Goal 12 (Responsible consumption and production), but can also be connected to many other SDGs (<https://sdgs.un.org/goals>).

Operating at the intersection of all stages in the fashion value chain and engaging in emotional labour, **independent designers – owners of small fashion enterprises – seem exceptionally well prepared to practise sustainable fashion approaches** (Heinze, 2020; Kedron, 2020). Both academic and popular publications point to their potential to act as **agents of change** and promoters of sustainable fashion to broader audiences and be inspirers of new developments in the fashion sector (Fletcher, Grose, 2012; Williams, 2015).

However, little is known about how independent fashion entrepreneurs understand and implement sustainable fashion (Gurova, Morozova, 2018). Moreover, research on independent fashion has so far been conducted mainly concerning 'Anglo-Saxon' or Western European contexts (Brydges, 2017; Crewe, Forster, 1993; Hauge, Hrac, 2010; Hrac, Jakob, Hauge, 2013; Leslie, Brail, Hunt, 2014; Heim, 2018; Molloy, Larner, 2010; Tuite, 2019; Tuite, Horton, 2019). The research on issues linked with sustainable fashion in Poland, however, remains very limited (consumers, fashion schools, fashion events or general ideas) (e.g. Hołuj, Murzyn-Kupisz, 2022; Koszewska, 2013; Murzyn-Kupisz, Hołuj, 2021; Raciniewska, 2014; Rudnicka, Koszewska, 2020).

Therefore, the paper aims to shed light on how independent fashion entrepreneurs in Poland understand and implement the idea of sustainable fashion. To do so, the authors considered three main research questions:

- How do self-employed fashion designers – owners of fashion SMEs – understand the concept of sustainable fashion?
- How do they implement sustainable fashion desiderata in their professional practices?
- What opportunities and challenges do they come across in this respect in the Polish context?

In addition, by exploring the attitudes and practices of entrepreneurs in the fashion sector, the paper aims to **contribute to the broader discussion on sustainable entrepreneurship** in the Polish context (Weidinger et al. 2014; Urbaniec 2018; Pinna 2020).

Independent fashion designers as sustainable fashion entrepreneurs: literature review

Before discussing the potential contribution of **independent fashion entrepreneurs** ('**fashionpreneurs**') to increasing sustainability in clothing production and consumption, it is necessary to underline the unique characteristics of their professional practices overlapping with specific features of the SMEs established and run by them. The particular features of fashion production considered independent include that it is regarded as **a unique and authentic means through which personal tastes and the ideas of specific creative entrepreneurs are expressed**. Consequently, clothing and fashion accessories are often of outstanding, artisanal quality. It is also frequently stressed that such entrepreneurs, who fulfil the dual function of designers and managers, particularly value the retention of **both creative control and economic independence**, which would be impossible to exercise within the framework of a more prominent firm (Tuite, 2019). Although such enterprises produce consumable goods and are market-oriented, the **scale of operation and profit are not the sole markers of such firms' success** as it also includes creating desired aesthetic outcomes, striving for and achieving originality while implementing and expressing personal ideas and values and philosophies (Heim, 2018; Hracz et al., 2013).

Moreover, as in the case of luxury goods, large-scale production or increasing scale is, in the case of such firms, not necessarily markers of achievement and development. They may be satisfied with a smaller production scale, which creates strong links with final consumers and the feeling of authenticity and exclusivity (Heim, 2018). The approach of such entrepreneurs (sometimes also referred to as 'fashionpreneurs' or creative entrepreneurs, taking into account that fashion is now considered a part of the creative sector) to production and distribution is, in addition, strongly conditioned by the specificity of the market subsegments in which they operate. Just like artists (Murzyn-Kupisz, Działek, 2017), they may be more commercially- or artistically- (conceptually)-oriented, ranging from high and bespoke to ready-to-wear clothes, and may be focused on either elegant and formal or on casual wear (Heim, 2018; Tuite, 2019).

An independent fashion entrepreneur is a person who establishes, owns and often manages a fashion enterprise at their own risk and under an individual brand (label) while implementing personal business and aesthetic ideas. Different authors stress several vital features which make it possible to consider a 'fashionpreneur' independent or 'indie'. The first important criterion is producing or selling collections of garments individually or engaging in cooperation within a small group (Hracz et al., 2013; McRobbie, 1998). The second feature stressed by some authors is the (relatively) small scale of operation (small business ownership, microenterprises) and its functioning on the fringes of the mainstream fashion

system coupled with a lack of affiliation with significant firms, labels or brands (Hauge, Hracs, 2010; Heim, 2018). Another characteristic trait is creative and managerial control. For instance, Brydges (2017) stresses that independence is not so much related to firm size as to having control and responsibility for the day-to-day workings of the business. Local embeddedness is another issue often mentioned (Crewe, Forster, 1993): engagement in local, often personal, cooperation networks (Molloy, Larner, 2010) and expressing local identity (Cuba, 2015). Finally, the specificity of ‘fashionpreneurs’ as producers of artisanal garments **at the intersection of art, craft and fashion is mentioned** (Tuite, Horton, 2019). Consequently, according to Tuite (2019: 6), “independent fashion is not antifashion, but instead is fashion conducted by those who wish to retain creative control of their work and develop and foster close personal connections with their peers and consumers [...]; independent fashion acts as an incubator for creative ideas and trends that find their way into mainstream fashion industry practices.”

Their motivations to implement (more) sustainable fashion approaches may also be diverse, ranging from personal conviction to a strategic (marketing) response in the face of fast-fashion competition and changing consumer tastes (Leslie, Brail, Hunt, 2014).

The way sustainability is implemented may also differ depending on the designers’ approach to fashion transformation towards sustainability. Fletcher (2013) distinguishes two main approaches. The first, which she terms as more ‘technocentric’, is focused on improving current products and processes to minimise the problems caused by the fashion industry. The second, called ‘eco-centric’ or ‘design for sustainability’, is linked to a willingness to implement more complex, profound changes to design philosophy and all stages of the fashion value chain. As Fletcher (2013: 560) writes, it involves “redesigning the systems that shape design, production and consumption: economic models, business practices, sociocultural behaviour.” Consequently, she considers the former approach weaker and reactive, while the latter anticipatory and proactive.

Methodology

The paper presents the results of **qualitative exploratory research among Polish small, independent fashion firms** conducted within the framework of the EcoFashion4V4 research project funded by the International Visegrad Fund: 12.2022–03.2023. Following desk-top research and participant observation at two editions of the leading independent fashion fair in Kraków (Kiermash) (cf. Hołuj, Murzyn-Kupisz, 2022), the author conducted ten **semi-structured in-depth interviews** with independent fashion entrepreneurs based in different parts of Poland (Kraków, Łódź, Bytom, Warsaw, other cities and smaller municipalities). They were recruited by making initial contact and explaining the project’s rationale in person during a fashion fair or by tapping into the independent fashion sector networks in which the Polish author was already present. All interview participants were owners of micro or small fashion firms, which may be considered independent. They were, however, diverse not only from the point of view of the owners’ and firms’ socio-demographic characteristics, such as age and location but also taking into account the length of existence on the market, type of wear designed and produced (i.e. more elegant and formal clothing versus more casual), the scale of production and primary distribution channels used, as well as making explicit references to sustainable fashion in their marketing strategies.

Consequently, two main groups of interviewees may be distinguished, denoted by the interview codes: SDPL for designers with an explicitly sustainable fashion orientation (SDPL1-5), and TDPL for ‘traditional’ designers who may implement sustainability-oriented practices but do not associate themselves explicitly with this fashion trend (TDPL1-5). Each interview lasted at least one hour, many taking much longer. Interviews were recorded and transcribed, then translated into English. **The content analysis method** (Kellermanns et al., 2016; Neuendorf, 2012) was then used to discern the main and recurring themes in line with the main research questions.

Discussion of research results

The responses of designers who own independent fashion brands point to several key themes linked to their understanding of sustainable fashion, implementing sustainable fashion desiderata in their professional practices, opportunities and challenges, and potential links or contradictions between sustainability and fashion. All interlocutors noticed that sustainable fashion is **a timely and growing trend**. It is reflected in the following comment: “It is a very current topic. Everyone is talking about environmentalism, about ethical, responsible business. These are issues that we care about, and we see that our customers care about them” (SD4PL).

Understanding sustainable fashion

The interviewed ‘fashionpreneurs’ are **aware of the multidimensionality of the issue**, though certain aspects of sustainability are more underlined than others. As one of the designers put it:

For me, it means being in line with the [good] design, the fabric [good quality textiles], the ecology, and at the same time, it has to be fun and not harm anyone [ethical] [...]. Something that you wear for a long time, that is durable, useful and also made of environmentally friendly textiles (TD1PL).

Most of those interviewed who associate themselves explicitly with sustainable fashion see such **fashion mainly as locally manufactured, preferably from locally sourced fabrics**. They believe that in producing and purchasing locally, there is more opportunity to exert control over the production process, ‘going back’ to the shorter production and consumption chains that characterised clothing production before fast fashion’s advent. Such an approach is visible in the following statements:

The clothes that are created are produced more locally and have less of an impact on some destruction of the world and the planet. And for me, it’s a bit of a return to the roots, so these garments are more local and consciously produced and bought [...]. To make these clothes as local as possible because [...] if something is [produced] close to us, we have more influence on how it’s made, in what way and what happens during that [production process] (SD1PL).

Production as close as possible [locally] on site, we don’t have to send, travel over a long distance, European fabrics as much as possible (SD3PL).

The issue of the scale of production and avoiding overproduction is also mentioned both by sustainable and traditional designers: “Small batches, local production, that is not transported to us from somewhere in a different continent [...]. Scale is significant, it’s not tons of clothes, I’m overwhelmed by that in a [shopping] mall” (SD4PL). This matter may be linked with the **efficient use of textiles** (zero waste), **producing for specific clients, and on demand**.

Slow fashion [...] means not in some quantity of copies. If I see that a product doesn’t sell, I don’t throw it away; it’s not like I’ve produced thousands of them, and now I have to do something with them [...]. So, sustainable fashion is certainly zero waste, more ecological fabrics, and a well-thought-out production process; we don’t produce in I don’t know how many pieces [...]. It’s also in line with the zero waste trend. We have [at my brand] very little waste (TD2PL).

The next characteristic is the importance of quality as **good quality garments, well designed and well-made, functional and made from high-quality fabrics, are likely to be timeless and used for a long time**:

It is fashion that is not harmful to the environment. It seems that these are garments which are of good quality so that they can serve us for years (SD2PL).

Fashion has to be functional first; that is the basis. I once heard that a good design is usable [...] designed with the user in mind [...]. The quality of the fabrics – if something is going to last a few years, the carbon footprint I leave behind is incomparably smaller than something I buy for a pittance, and it’s only going to be useful for a while [...]. But the clothes I’ve sewn, I don’t expect some kind of rags out of them, ever. Because they just live a very long time (TD1PL).

Clothes should **not follow short-term trends** but be designed in such a way as to enable wearing them in different combinations:

It’s the kind of fashion that will always serve us [...]; it’s something off-trend, timeless. Something that no matter when you wear it, you will always feel well in it, and you can always wear it no matter what season it is, what is fashionable and what is not fashionable, you don’t feel it is passé. It’s a bit of a classic shaped and worn in different ways (TD2PL).

Selection of good quality, preferably **ecological or natural textiles**, plays an important role: “I would definitely link it [the idea of sustainable fashion] to ecology; it’s made of more ecological fabrics which are sourced more ecologically” (TD2PL). **Natural textiles which may be produced closer to the consumer should be preferred** – for instance, **linen in Central and Eastern Europe**: “Linen is completely biodegradable. It’s healthy, it’s eco-friendly, it traps all kinds of mites. We don’t have exposure to any allergens here” (TD3PL).

Good quality, timeless garments offer value for money. Therefore, they do not and **should not be sold at a discount**: “We are overwhelmed with these clothes in the chain [fast-fashion] stores [...], and there has also been a fashion for these sales [reducing prices], and in fact, some chain stores seem to be emphasising increasing sales through discounts and promotions” (TD3PL).

The last important aspect mentioned by both groups of designers is that **garments should be produced ethically, considering workers' fair treatment and remuneration**. As one of them put it: "Ethical, it's not sewn by people [working] in poor conditions" (SD4PL). Another interviewee expresses similar thoughts:

It has to be such a piece of clothing that no one should be disadvantaged in this production process. It's not my fancy at all. This price [of responsibly produced garments] is due to something: the sewing room, the seamstress, and the fabric manufacturer must earn. I wouldn't be able to cope with it if the girls sewing for me didn't have adequate earnings (SD5PL).

While mentioning the issue, some 'fashionpreneurs' underline that this may be **one of the critical differences between smaller fashion brands** still producing locally and large **fast fashion firms** who subcontract and off-shore:

But it's also important how people are treated. Company X [a large fast fashion company], they are not able to pay [fairly] to the manufacturer in Bangladesh, the subcontractor subcontracts, the employees work for a pittance (SD3PL).

Professional practices and implementation of sustainable fashion approaches

In line with the above understanding of sustainable fashion, **sustainable practices in Poland** mainly include **using natural, preferably locally sourced textiles, local and small-scale production, avoiding overproduction and producing in response to recognition of client needs** (rather than stimulating needs and overconsumption). They involve creating **timeless, flexible, good-quality clothes** that can be worn on different occasions, are sold at a 'fair' price and offer possibilities of **second-hand recirculation**. **Involvement in charitable activities** is an additional responsible activity mentioned by many interlocutors.

Among the critical issues mentioned is **using high-quality natural, organic textiles, in the Polish context, mainly linen**, which can be produced in Central Europe and has excellent properties, according to the respondents. Another responsible practice is **using 'leftover' textile stocks** of good quality. This matter resonates strongly in the responses of sustainable designers:

I design clothes from a natural textile such as linen. It's good for the skin, it's produced in Central Europe, linen clothes don't need to be ironed at all, it's better to hang them up properly after washing. If you don't iron them afterwards, they look less wrinkled when you wear them than if they had been well ironed before (SD1PL).

From the beginning something close to [us], quality, textiles produced in Europe, [taking into account] carbon footprint [...]. Other fabrics, besides linen [which dominates in the collections], are also natural, without additives, 100% wool, 100% velvet, and cotton. We also buy deadstock from a wholesaler in Italy (SD3PL).

We are exploring the topic – organic fabrics – our local market. When we can source eco or organic raw materials, we do. For example, we have resigned from using melange fabrics for

T-shirts, 50% cotton, 50% polyester, and now it's 100% cotton. We use locally produced knitted textiles, cotton, flannel, viscose, some Polish textiles, linen, and wool (SD4PL).

Sourcing materials in second-hand shops for original designs, including textiles and buttons (TD3PL), is also mentioned.

The second important matter is a **'reasonably' small scale of production, avoiding overproduction and discounts and maximising the use of fabrics in the production process (zero-waste)**:

We try not to create an overproduction of garments, which means if someone ordered something, we sewed it, and if it was commissioned to this seamstress friend, she sewed it for us only after the order, or in small batches [...]. We also try not to throw away any fabrics or knitwear that we have left, resell them or make some semi-finished products out of them so that we can use them and not let them lie in a warehouse (SD2PL).

Initially, we had one piece per size, flexible production, for a specific order. We do not sew something that is unnecessary and even sell prototypes [...] at production cost [...]. There is never too much fabric; we buy 3–4 bales (SD3PL).

Small collections, so customers are assured of having unique clothes [...]. Even out of scraps, we make scrunchies. We focus on the human aspects even more than on strictly speaking ecology and on place; people come first for us. But we're slowly implementing that, for example, more and more recycled fabrics. We make good quality stuff, resell it, and exchange it afterwards. There are no big batches, we don't have to offer discounts and eliminate these overproduced clothes [rags]. We always sell completely [sell all the stock]; it may take longer, but in the end, all is sold (SD5PL).

Scraps – there are very few leftovers because I've learnt to arrange fabrics for cutting mega economically [and ecologically]. If scraps are left over, very small, I always laugh that's for a skirt for my daughter. It would probably be a waste in big companies; in our company, it's not because other clothes are made from it [...]. I rarely have promotions or discounts because we sew very little. It is calculated in such a way that there is no need, so I rarely offer sales, but I also have very few garments that do not sell; they will sell out sooner or later [...] [my price] is a well-calculated price; besides, I don't think it's fair to customers who often wait for the collection [to offer discounts later] (TD2PL).

It's a question of no overproduction; what I do is no overproduction. Those are the assumptions: there are no sales, no Black Fridays, and no seasonal discounts because why should there be? I don't make clothes of the kind – now this is fashionable – then we race to see who can sell faster what is fashionable now. The basis of this sustainable fashion, let's call it that, is that I don't have to get rid of [at discount prices] garments or fabrics, I buy for specific models, I don't generate too many clothes that litter the world (TD4PL).

A connected matter is a local production linked with controlling this process by either producing locally or owning a sewing workshop. This aspect is strongly emphasised:

The DNA of the company is localness, the design that takes place in-house, internally, local production [...]. We outsource all production to local companies, we know each other, a close working relationship, permanent cooperation with a sewing shop five minutes away, we care about quality [...]. It's a huge advantage that we can do everything locally [...], knits, yarns, there are producers who offer good quality locally (SD4PL).

We are opening [now, our own] sewing room, we want to [produce and buy] nearby, it's important to be close [to the production process]. We want to create workspaces where they [the sewing ladies] will want to come, where it's nice, where we have control [over how it's produced], better quality (SD5PL).

Complete and close control of the production and value chain allows for more sustainable behaviours in two more ways: **producing clothes in response to what clients really require** or even adjusted to a particular client's needs, **rather than catering to or creating imaginary wants, and creating simple, flexible forms, clothes that can be worn in different ways.**

It's hard to make a universal piece of clothing to please everyone [aesthetically]. Secondly, we are very different anatomically. It's a compromise, and I'm looking for universal, timeless, minimalist, and simple forms. Because it's also a bit like that, you can do more with it later. I like clothes that can be worn differently, that can be worn in three different ways, and as if the same thing can be worn three times or three days in a row [...]. I try to verify what the clients need. I may have an idea that something will be great, and then I have to change because something is not working. It's a process. I've introduced a dress, and it turns out that something needs to be changed to allow more people to wear it (SD1PL).

The quality of the textile, the form, well thought out, maybe more complicated design not like in a chain shop – here the price results from something, and more flexibility, quicker reaction, if something doesn't work out I try to do something else. We can adjust forms to clients' needs but within the existing design [pattern] (TD5PL).

Practising sustainable fashion also means **using opportunities for resale (recirculation) of already produced, used but good quality clothing, and responsible clothing maintenance, including careful reading of washing instructions which prolong clothes' longevity**: "Our fans have created an outlet of our brand's stuff on social media – on FB" (SD5PL).

In addition, **the 'fashionpreneurs' get involved in broader social and charitable activities**, mainly through donations of leftover textiles and scraps but sometimes as a solution to make good use of unsold but already produced clothes. The charitable causes mentioned by the interviewed designers included support for Ukrainian refugees, and different Polish charitable foundations and initiatives linked with animal welfare:

Supporting charitable causes, for example, after the outbreak of war in Ukraine [...]. Products that do not sell well [...], something turns out not as we planned, we give some of the clothes to charity, Polish Humanitarian Action, Maja Kotala Foundation, *Serwus Siostro* (SD4PL).

As a brand, we participate in the Open Cages campaign – we donate items to the auction annually (SD3PL).

Give all the offcuts [scraps] to companies that sew for dog shelters, for example [...], we have a wonderful X Foundation here, to which I give away leftover fabrics. A couple of metres at a time, the girls make such beautiful clothes out of it, which they then sell at charity auctions [...]. It's sheer joy that I can do it (TD4PL).

We sew waste bags [pouches] from scraps of fabric [leftovers]; I've also given pieces of fabric to studs as they are needed for horses which run in the paddock. Prints – print designs and printouts on paper, which is then used for packaging (TD5PL).

Challenges and opportunities for implementing sustainability in independent fashion production

The interviewed 'fashionpreneurs' see the **possibility of better compatibility between fashion and sustainability but also perceive it as a big challenge. For instance, good quality, natural or recycled textiles may be more difficult to get, costly and risky from the point of view of small fashion firms. At the same time, some may be less costly but not accepted by some customers due to more challenging maintenance.** There may also be **tension between designing and producing from ecological textiles versus designing and producing for longevity and durability.** These tensions are reflected in respondents' narrations regarding their entrepreneurial experiences:

Cotton is a natural fabric but yet it's very 'denatured', the process of producing it, and all that kind of stuff, it's hard to find, at the moment, to buy good quality cotton that wouldn't have all these [chemicals in it], there's this organic cotton but then it turns out it's not so organic at all [...]. And silk or wool [...], much higher prices [...], then the final price is much higher, then it's also harder to find customers for such garments, that's why [I use] linen as a natural textile but still less pricey [...]. Sewing silk is also much more challenging, not to mention taking care of it afterwards. Also, fewer people go for it, and it is easier, I don't know, to mess up in sewing. It's known that when you buy fabric for so much money, and something goes wrong later, in a sewing room, which happens, the risk is much higher (SD1PL).

Sometimes [fashion and sustainability issues] are at odds. Our popular strawberry jumper of acrylic yarn is made in X [the big city where they are based]. We were very much accused [by customers] that it is acrylic, an artificial fibre. We made a similar prototype of wool from a factory in Italy – availability to the local market was limited, timing difficulties, hard to replicate the desired colour scheme, and price comparison of PLN 189 for acrylic versus PLN 470 for a woollen jumper. Customers voted for [the natural yarn] in surveys, but the better wool option did not win out after learning the final price. I would love to, but in practice [in reality], consumer choices are different (SD4PL).

Using certain types of textiles is seen as more sustainable, though the issue is much more complex:

It is difficult to find the golden mean. Is a hat made of acrylic from Poland or Romania better than one made of wool from far away in Australia? Which is more ethical? Sometimes reducing production would do, locally reducing carbon footprint, but not 100%. Organic fabrics, too,

can be technologically embedded in polyester mesh; polyester is included in the final composition, and the customer asks why something is not 100% wool. In the new version of the firm website, we struggle to explain how we produce. We've switched completely to paper in shipping packaging to make the product consistent with the packaging. Still, we know that usually it is opened [used up] in a split second, so nice [packaging] is offered for a fee [...]. But it's hard; there's a crisis, and it's always expensive. We wanted to make jackets out of polyester from the ocean, which is a huge cost. These textiles are often problematic from the point of view of quality. The question is whether it is more ecological to produce garments of inferior quality than [produce] with non-ecological fabrics but [clothes] of better quality. It is a complex issue; it is not a simple thing that we will use an ecological fabric and the matter is settled [the problem is solved] (SD5PL).

All synthetic fibres give us something like stability, that is, whether they will not twist, the seam will be straight, the fabric will not shrink or stretch after washing because this can vary. I've recently heard that polyester should be forbidden [...] because it decomposes only after 1000 years. Then what will we make jackets, rain jackets and sportswear out of? [...] So this kind of fundamentalist ecology without knowledge doesn't make sense, I guess, because it's impractical, absolutely unrealistic [...]. It takes [many] litres of water to make a t-shirt out of cotton. Reinforcing the fibre with a bit of elastane or polystyrene enhances its lifespan (TD4PL).

According to many designers in the Polish context, it is often **challenging to source desired fabrics. There is an even bigger problem with transparency** concerning their **composition and origin**:

We also try to find natural substitutes, but because of the limitations of the local market, we can't do that completely [...]; maybe it would be more ecological not to produce at all (SD4PL).

"In the beginning, we were looking for a Polish manufacturer, and it was difficult. The factory in Kamienna Góra didn't want to say where they got their raw materials from. They didn't convince us" (SD3PL).

Independent 'fashionpreneurs' see **the creation and functioning of small, independent fashion brands as the best practical way to connect fashion and sustainability**.

If we think about sustainable fashion, small local brands are the most responsible because that's the polar opposite in terms of quantity, number of collections and volume of production compared to the big companies, and we are at the other end as we produce little and in such a quality that [these clothes] last as long as possible, they are durable [...]. So small local brands are more sustainable (SD3PL).

Producing new garments always poses sustainability dilemmas, so the key is balancing commercial and ecological aims and being aware of different options and challenges. According to the 'fashionpreneurs':

This is a difficult topic. Fashion always generates waste. We try to leave as small a [carbon] footprint as possible, but it would still be better to buy second-hand or use what you have in your wardrobe. It's difficult to find the middle ground. The dilemma is that fabrics made

in 20% artificial polyamide are unacceptable for female customers. But what is a sustainable fabric? That mixture makes this fabric more sustainable and last longer, so it becomes waste in a longer time perspective, or that it is natural and decomposes faster? (SD3PL).

It seems to me that people are talking about the fact that so many of these Polish brands are being created now and that it's not sustainable, as if creating more brands is not ethical for the environment. But on the other hand, I think that if these brands weren't being created, then those people who care about the environment wouldn't have an alternative; they would have to buy from 'junk' shops [fast-fashion firms], and in turn, they would fuel this consumerism in the [fast-fashion] chains. So they have to have some alternatives, and it's better to have such small Polish brands, where you know that clothes are a bit more expensive, but at least we know how they are made, that these are garments usually sewn in Poland in better conditions. So I think that you know that producing clothes is not a very ecological thing, but on the other hand, it just gives a choice to those who care (SD2PL).

Although **there is a growing interest in the issue, the overall level of awareness in Poland is still low**, which (coupled with economic constraints) means that more sustainable fashion practices are for now **restricted to a limited number of aware consumers**:

Fashion and sustainability can be reconciled, but within a limited group of customers [...]. Awareness is highly insufficient, and there won't be for a long time. We [in Poland] have this stereotype, which persists from generation to generation, that we should have a lot [of clothes, of goods in general] while our purchasing power is small. We want to have something new all the time [therefore tend to buy clothes of lower quality, mass-produced] (TD5PL).

Moreover, many consumers are not sufficiently well informed to take responsible care of their garments: "Customers don't read the washing instructions at all, and then they're surprised that garments don't serve as long as they should" (SD2PL).

Some designers, though, optimistically notice that **the number of consumers who are aware, buy and consume responsibly, especially in the younger age groups, is growing**:

There are more and more people who are aware, who want the good [quality] piece of clothing. Even young people can pull out more money and buy a nice linen dress; they buy it with awareness. [...] That's important because it's hard to pass on some ideas to older people, to make them aware, but many young people are more ecologically minded (TD3PL).

Possibly Second Life, OLX, Vinted are increasingly visible; it's very nice and encouraging. Customers are asking more and more about sustainable fashion issues (TD5PL).

The interviewed designers likewise notice that sustainable fashion production is a **controversial and challenging issue** and not every fashion firm or brand can produce in line with sustainable aims, or both producers and consumers **may have to make compromises**: "When we compromise, so that we know that it's not like that and that any company that produces clothes and wants to make money can do it in this way and not in another way, more sustainably, so that we don't avoid talking about it, otherwise it's greenwashing" (SD1PL).

Sustainable designers also stress that for both producers and consumers, it is **difficult to get reliable information on sustainable fashion**, as visible in the following statements: “It [the information] is not that accessible at all, I read, then I get conflicting information [...]” (SD1PL); „Not enough information” (SD2PL). A related issue, linking more local production and the issue of information, is the importance of having complete information on the design and production process, including **whose creativity the clothes result from**; if it is more local, “you know who has drawn particular designs, creativity rather than buying [ready graphic designs] from stock [stock images]” (SD4PL).

In turn, for **traditional ‘fashionpreneurs’**, it is not a matter of availability but the objectivity of information and dependability of sustainable declarations. They are, therefore, very **critical, not about sustainable fashion but about naïve, ‘black and white’ understandings of its application**. More sound, **objective scientific information should be available, avoiding oversimplification of sustainability issues and being realistic about specific challenges** linked to sustainable production of certain garment types and firms depending on their production scale. They also express their **distrust** of the ‘ideological’ overuse of references to the idea of sustainable fashion, in particular by more prominent fashion brands. They are **concerned with greenwashing and what may be termed ‘ethical washing’**, especially since the **idea of sustainable fashion and transparency is complex and unclear**. In their opinion, **smaller fashion brands**, very often revolving around one particular designer or family firm, because of their smaller scale and close control of the production process, are often much **more sustainable without advertising the fact** that some firms which promote themselves as sustainable.

It has become quite fashionable today. I was at a lecture at a conference [...], and one of the lecturers boasted [...] that she has now taken up such a clothing brand. She says this ideology is important, that part of the income goes to children in Africa [...]. I’m just wondering because to what extent is that? To what extent is it adding this ideology to fashion? And to what extent is it being implemented? [...] What happens to it afterwards, or where do these unsold garments go? (TD3PL).

I don’t follow [do not investigate]. I don’t wonder if a company that writes [that it is eco] really does it; how do I know? I don’t know how the procedures work, but it surprises me that ‘absolutely’ designer brands can still give a 20% discount on Black Friday. [...] Quality should not be offered at a discount [...]. Ecology is important, but let’s not get paranoid. Cotton requires pesticides, Oeko-Tex 100 certified cotton – everyone in the EU has to have it. Why write about it [on websites and labels]? People need to be aware of what the requirements are, for what certifications are [...], common sense needed, moderation. I am not a typical manufacturer; I can afford short series; I sew a lot not for a hanger but for particular customers, and there is no overproduction [...]. Yes, we can add an eco-philosophy to it. Still, it’s a matter of, well, it’s just so much common sense [...]. If [each of my clients] can order a particular shape, she can choose the length [...] a neckline [...] a long sleeve so everything is made a little bit like made to measure, but they have to wait a little bit [for the clothes to be ready]. They have to, and then they are happier that it was made especially for them (TD4PL).

Concluding remarks

Sustainable approaches to fashion are a growing global trend, visible nationally and noticed by independent ‘fashionpreneurs’ in Poland. They mention it as a positive phenomenon, particularly concerning the rising number of consumers who are more aware and responsible, especially in the younger age groups. Sustainable fashion has already captured the attention of fashion professionals (designers). However, those who identify more clearly with sustainable fashion are also more convinced about the idea. In contrast, traditional fashion designers are more sceptical and distrustful, even if, in practice, they implement many of its aims.

The awareness of the multidimensionality of fashion sustainability, ranging from ecological textiles and zero waste approaches through stressing quality, durability and longevity to ethical treatment of the workforce, seems stronger among ‘fashionpreneurs’ who explicitly identify with the notion. However, at the same time, they are more concerned with the challenges linked to sustainable fashion, such as the greenwashing practices of larger firms or negative stereotypes still maintained about second-hand clothing purchases.

Most respondents voiced **concern that although some information on sustainable fashion is available, it is often not so visible, easily obtained or reliable.** Therefore, sustainable consumer entrepreneurial practices in Poland’s fashion sector are more linked with **intuitive acting upon impressions** in daily managerial choices than following quickly obtainable guidelines. Even if diverse (potential) information sources are, at least to some extent, acknowledged, most ‘fashionpreneurs’ believe that access to reliable, more comprehensive and objective information both for firms and fashion consumers who are already somewhat interested in the issue and in particular promoting the idea of sustainable fashion to people who do not display any interest in it but could potentially get interested if such information reached them (coming across such information by chance), so far remains a big challenge. An interesting aspect of sustainability linked with education and the provision of information that seems to be somewhat overlooked in the discourse on sustainable fashion but has surfaced here is **the issue of clear information on the sources of creativity and uniqueness of design,** both as an economic and a sustainability value.

Independent ‘fashionpreneurs’ consider small fashion firms and a smaller production scale as promising alternatives to fast fashion in making fashion more sustainable. They are, however, also very **perceptive** (in particular, those who identify explicitly with sustainable fashion) **of limitations to sustainable professional fashion practices.** They know that producing new garments always unavoidably poses sustainability questions and dilemmas (unless production is stopped altogether). Therefore, it is crucial to find the best possible balance between commercial and ecological aims, consciously reviewing available options and challenges. **Compatibility between fashion and sustainability** is hence seen by ‘fashionpreneurs’ **as a possibility but also a big challenge.** Lastly, the **consumption side of the market – the insufficient level of awareness of consumers, remains the most critical challenge** to more sustainable fashion practices in the Polish context. On the demand side, the group of sustainable aficionados is, for now, restricted to a small number of more knowledgeable, aware and usually wealthier consumers. The recognition of the multidimensionality of sustainable fashion challenges and practices surely merits further investigation in the Polish context, looking from both the production and consumption points of view.

References

- Brydges, T. (2017). *Made in Canada. The strategies, spaces and working lives of independent designers in the Canadian fashion system*. Uppsala: Department of Social and Economic Geography, Uppsala University.
- Crewe, L., Forster, Z. (1993). Markets, design, and local agglomeration: the role of the small independent retailer in the workings of the fashion system. *Environment and Planning D: Society and Space*, 11(2), 213–229.
- Cuba, L. (2015). ¡Surge Peruano, Surge! Towards a cartography of independent fashion design in Peru. *Fashion, Style & Popular Culture*, 1(3), 51–62(12).
- Fletcher, K. (2013). Design for sustainability in fashion and textiles. In: *The Handbook of Fashion Studies*, S. Black, A. de la Haye, J. Entwistle, A. Rocamora, R.A. Root, H. Thomas (eds). London: Bloomsbury, 557–574.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable fashion and textiles. Design journeys*. Abingdon: Earthscan, Routledge.
- Fletcher, K., Grose, L. (2012). *Fashion and sustainability: Design for change*. London: Laurence King.
- Gurova, O., Morozova, D. (2018). Creative precarity? Young fashion designers as entrepreneurs in Russia. *Cultural Studies*, 5(32), 704–726.
- Gwilt, A., Payne, A., Ruthschilling, E.A. (eds). (2019). *Global perspectives on sustainable fashion*. London: Bloomsbury.
- Gwilt, A., Rissanen, T. (eds). (2011). *Shaping sustainable fashion. Changing the way we make and use clothes*. London: Earthscan.
- Hauge, A., Hracs, B.J. (2010). See the sound, hear the style: Collaborative linkages between indie musicians and fashion designers in local scenes. *Industry and Innovation*, 17(1), 113–129.
- Heim, H. (2018). *Fashioning business: updating support for local, small-scale and independent fashion designers, Master of Creative Industries (Interdisciplinary)*. Brisbane: Fashion, School of Design Faculty of Creative Industries Queensland University of Technology.
- Heinze, L. (2020). Fashion with heart: Sustainable fashion entrepreneurs, emotional labour and implications for a sustainable fashion system. *Sustainable Development*, 28, 1554–1563.
- Henninger, C.E., Alevizou, P.J., Goworek, H., Ryding, D. (eds). (2017). *Sustainability in fashion. A cradle-to-upcycle approach*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Hołuj, D., Murzyn-Kupisz, M. (2022). Struktura przestrzenna targów mody w Polsce skierowanych do indywidualnych odbiorców. *Studia Regionalne i Lokalne*, 3(89), 67–85.
- Hracs, B.J., Jakob, D., Hauge, A. (2013). Standing out in the crowd: The rise of exclusivity-based strategies to compete in the contemporary marketplace for music and fashion. *Environment and Planning A*, 45, 1144–1161.
- Kedron, T. (2020). Cultures of sustainability in the fashion industry. *Fashion Theory*, 24(5), 715–742.
- Kellermanns, F., Walter, J. T., Crook, R., Kemmerer, B., Narayanan, V. (2016). The resource-based view in entrepreneurship: A content-analytical comparison of researchers' and entrepreneurs' views. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 26–48.
- Koszevska, M. (2013). A typology of Polish consumers and their behaviours in the market for sustainable textiles and clothing. *International Journal of Consumer Studies*, 37(5), 507–521.
- Leslie, D., Brail, S., Hunt, M. (2014). Crafting an antidote to fast fashion: The case of Toronto's independent fashion design sector. *Growth and Change*, 45(2), 222–239.
- McRobbie, A. (1998). *British fashion design: Rag trade or image industry?*. New York: Routledge.
- Molloy, M., Larner, W. (2010). Who needs cultural intermediaries indeed?. *Journal of Cultural Economy*, 3(3), 361–377.
- Murzyn-Kupisz, M., Działek, J. (2017). Theorising artists as actors of urban change. In: Murzyn-Kupisz, M., Działek, J. (eds). *The impact of artists on contemporary urban development in Europe*. Cham: Springer, 1–44.

- Murzyn-Kupisz, M., Hołuj, D. (2021). Fashion design education and sustainability. Towards an equilibrium between craftsmanship and artistic and business skills?. *Education Sciences*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/educsci11090531>.
- Neuendorf, K.A. (2012). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Niinimäki, K. (2018). Sustainable fashion in a circular economy. In: *Sustainable fashion in a circular economy*, K. Niinimäki (ed). Espoo: Aalto University School of Arts, Design and Architecture: 12–41.
- Pinna, M. (2020). *Sustainable entrepreneurship. A systematic review of academic research (Springer Briefs in Business)*. Cham: Springer.
- Racinewska, A. (2014). When ethical fashion is a challenge: Polish case. In: *Fashion and its multi-cultural facets*, P. Hunt-Hurst, S. Ramsamy-Iranah (eds). Oxford: Interdisciplinary Press, 139–148.
- Rudnicka, A., Koszewska, M. (2020). *Uszyte z klasą. Przemysł odzieżowy wobec wyzwań społecznych i środowiskowych*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Tuite, A. (2019). What is independent fashion? An Australian Perspective. *Fashion Practice*, 11(1), 5–25.
- Tuite, A., Horton, K. (2019). Crafting symbolic value: art, craft and independent fashion. *Creative Industries Journal*, 12(3), 284–300.
- UNECE – United Nations Economic Commission for Europe. (2020). Accelerating action for a sustainable and circular garment and footwear industry: which role for transparency and traceability of value chains?. *Policy Paper*, ECE/TRADE/449, Geneva: United Nations. Received from: https://unece.org/DAM/trade/Publications/ECE_TRADE_449-AcceleratingTransparencyTraceabilityTextile.pdf
- UNECE – United Nations Economic Commission for Europe. (2021). Enhancing traceability and transparency of sustainable value chains in the garment and footwear sector. *Economic and Social Council Recommendation*, 46, UN/CEFACT ECE/TRADE/463, Geneva: United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business. Received from: <https://unece.org/sites/default/files/2022-01/ECE-TRADE-463E.pdf>
- United Nations. (2023, 14 September). <https://sdgs.un.org/goals>
- Urbaniec, M. (2018). Sustainable entrepreneurship: Innovation-related activities in European enterprises. *Polish Journal of Environmental Studies*, 27(4), 1773–1779.
- Weidinger, C., Fischler, F., Schmidpeter, R. (eds). (2014). *Sustainable entrepreneurship. Business success through sustainability*. Heidelberg: Springer.
- Williams, D. (2015). Fashion design. In: *The Routledge handbook of sustainability and fashion*, K. Fletcher, M. Tham (eds). London: Routledge, 234–242.
- Zajączkowska, K. (2022). *Odpowiedzialna moda. Guilt-free przewodnik po słow fashion*. Kraków: Znak.

Monika Murzyn-Kupisz (corresponding author), holds a PhD and a post-doctoral habilitation in economic sciences from Krakow University of Economics and an MA in European Leisure Studies (a joint diploma of Vrije Universiteit Brussel, Tilburg University, Universidad de Deusto and Loughborough University). She is a professor in the Institute of Geography and Spatial Management, Jagiellonian University, Kraków, Poland. She specialises in multidisciplinary research within the broad fields of socio-economic geography, urban studies and cultural economics, with a special focus on cultural and creative activities including activities of artists, creative entrepreneurship, heritage and museums in particular their analysis in the context of Central and Eastern Europe.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8482-970X>

Address:

Jagiellonian University
Institute of Geography and Spatial Management
ul. Gołębia 24
31-007 Kraków, Poland
e-mail: monika.murzyn-kupisz@uj.edu.pl

Mónika Szilágyi-Csüllög, studied business and management in France (MBA/DESS – CAAE). She also worked as a brand manager in international media companies (ELLE, Marie Claire, Interieur, Nők Lapja Évszakok) linked with the fashion industry. In 2015 she developed the strategy of the Fashion and Luxury Brand Management postgraduate course, which was the first to be accredited in Hungary. In 2020, she launched the Sustainable Fashion Brand Management course, for which she works as a course leader and lecturer at the Budapest Metropolitan University. She is also a PhD candidate at Eötvös Loránd University in Budapest, where she is researching consumer acceptance of sustainable fashion at the Doctoral School of Psychology, Department of Organisational and Leadership Psychology, ELTE Faculty of Education and Psychology.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-9638-9144>

Address:

ELTE Eötvös Loránd University
Doctoral School of Psychology
1075 Budapest, Hungary
e-mail: csullog.monika@ppk.elte.hu

Orhidea Edith Kiss, obtained her PhD degree and her habilitation in psychology at the Faculty of Education and Psychology, Eötvös Loránd University, Budapest, Hungary. She is an associate professor in the Institute of Psychology of ELTE and the leader of the Department of Organisational and Leadership Psychology. She also works as an organisational psychologist. The main focus of her studies are consumer decision-making, psychological aspects of online shopping and the organisational factors behind economic decisions. She is also interested in the issues of organisational trust and changing management approaches in the present economic context.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8296-9429>

Address:

ELTE Eötvös Loránd University
Institute of Psychology
1064 Budapest, Hungary
e-mail: kiss.orhidea@ppk.elte.hu

Paulina Filip

Uniwersytet Rzeszowski, Polska ■ University of Rzeszów, Poland

Pomiar i skala zatorów płatniczych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej

Measurement and scale of payment backlogs in Poland and Central and Eastern Europe (CEE)

Streszczenie: Celem badań była próba oceny, jak kształtowała się sytuacja dotycząca realizacji płatności w transakcjach gospodarczych przedsiębiorstw krajów Europy Środkowo-Wschodniej, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji na rynku polskim. Dla potrzeb realizacji celu badawczego wykorzystano dane źródłowe międzynarodowej firmy Atradius, które poddano celowej analizie na podstawie kryteriów wynikowych firm działających na rynku europejskim. Okres badań obejmował lata 2017–2021. Istotą badań była ocena występujących w tym regionie zatorów płatniczych i ich skali. W celu dokonania porównań międzynarodowych analizie poddane zostały takie miary, jak średnia wartość sprzedaży z odroczonym terminem płatności, średni czas oczekiwania na zapłatę wierzytelności, średnie opóźnienia w płatnościach w dniach oraz średnia wartość przeterminowanych i nieściągalnych należności. W analizie wykorzystano metodę badań porównawczych w czasie i przestrzeni. Przyjęto hipotezę badawczą, że niekorzystna pozycja wyjściowa kraju w obszarze płatności biznesowych sprzed okresu pandemii dalej determinowała wzrost opóźnień w płatnościach biznesowych. Wyniki wskazują na to, iż na tle ościennych gospodarek polscy przedsiębiorcy charakteryzowali się najlepszą sytuacją w zmniejszaniu opóźnień w płatnościach pomiędzy przedsiębiorstwami i krótkim cyklem ściągania należności.

Abstract: The research aimed to assess and analyse payments in business transactions in Central and Eastern European countries, particularly emphasising the situation in Poland. Source data from the international company Atradius was used to achieve the research goal. The research's essence was assessing payment backlogs in this region and their scale. Comparisons were made for the CEE countries based on the collected results from companies operating in the European market in 2017–2021. In international comparisons, the following measures were analysed: average sales value with deferred payment date, average waiting time for payment of receivables, average payment backlogs in days and average value of bad debts. Compared to the economies in the region, Polish entrepreneurs' situation in reducing payment delays and a short debt collection cycle was best. Methods of comparative research in time and space were used. The hypothesis that the country's starting position in business payments before the COVID-19 pandemic determined the increase in delays in business payments was accepted. The problem of payment backlogs is getting worse. The risks associated with this issue should still be monitored nationally and regulated at the EU level.

Słowa kluczowe: należności handlowe; przedsiębiorstwo; region Europy Środkowo-Wschodniej; zatory płatnicze

Keywords: CEE countries; enterprises; payment backlogs; trade receivables

Otrzymano: 22 listopada 2023

Received: 22 November 2023

Zaakceptowano: 4 grudnia 2023

Accepted: 4 December 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Filip, P., (2023). Pomiar i skala zatorów płatniczych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 47–58. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.3>

Wstęp

Wszelkie płatności dokonywane w operacjach gospodarczych pomiędzy dwoma stronami zawartej transakcji handlowej, czyli pomiędzy dłużnikiem oraz wierzycielem, mogą być realizowane zarówno w formie gotówkowej, jak i bezgotówkowej (Niemczyk, 2010: 35; NBP, 2018). Te transakcje, zwane także rozliczeniami pieniężnymi, są powszechnym sposobem regulowania zobowiązań handlowych. W obecnych uwarunkowaniach systemowych, istniejących regulacjach prawnych oraz przy intensywnym rozwoju technologii komputerowej i elektronicznej główną rolę w systemach gospodarczych zaczęły odgrywać rozliczenia w postaci bezgotówkowej. Obrót bezgotówkowy jako rozliczenie pieniężne realizowany jest pomiędzy kontrahentami poprzez system obowiązkowych rachunków bankowych. Tym samym zarówno po stronie płatnika (dłużnika), jak i po stronie sprzedawcy (wierzyciela) rozliczenie środków pieniężnych przyjmuje charakter rozrachunkowy, wyłącznie jako zapis księgowy dokonywany na kontach księgowych tych podmiotów (Majchrzycka-Guzowska, 2018). Kontrahenci stosujący tę formę zapłaty równocześnie przesuwają moment otrzymania zapłaty w stosunku do momentu wydania lub sprzedaży towaru. Powstaje wówczas instytucja odroczonej płatności, zwana inaczej formą kredytu kupieckiego.

Kredyt kupiecki jest więc szczególnym rodzajem zewnętrznego finansowania krótkoterminowego, występującym głównie w przypadku bliskich relacji pomiędzy kontrahentami. Kredyt ten, zwany też często kredytem handlowym, stanowi istotne źródło finansowania dla przedsiębiorstw, które mają utrudniony dostęp do rynków finansowych. Jest on od lat po kredycie bankowym drugim powszechnie stosowanym źródłem finansowania dla transakcji gospodarczych w polskich przedsiębiorstwach (Bisnote D&B Polska, 2019; *Portfel należności polskich przedsiębiorstw*, 2018: 5–27). W szerszym kontekście gospodarczym obrót bezgotówkowy przyczynia się do zwiększania liczby zawartych transakcji, zwłaszcza przy sprzedaży internetowych na wielu niedostępnych rynkach zagranicznych, a także do ograniczenia strat związanych z poborem i zabezpieczaniem gotówki. Niepodważalnymi zaletami płatności bezgotówkowych są również dobra dostępność, szybkość i terminowość zlecanych płatności. Dzięki stosowaniu tej formy obrotu możliwa jest szybsza identyfikacja klienta lub nieuczciwego dłużnika, co może okazać się pomocne w dalszej weryfikacji i windykacji zaległych płatności od nierzetelnych płatników.

Wzajemne przenikanie się roli dłużnika z rolą wierzyciela w systemie transakcji bezgotówkowych stwarza konieczność systemowego oraz pragmatycznego spojrzenia na działania

i postawy dłużników. Zjawiska powszechnie występujące między wierzycielem a dłużnikiem oznaczają bowiem, że wszystkie nieprawidłowości występujące w tej sferze gospodarki mogą stanowić zagrożenie dla całości systemu społeczno-gospodarczego i realnych zmian w efektywności prowadzonej działalności gospodarczej, a także do ograniczenia zaufania do państwa, które to prawo stanowi, i do utraty zaufania przedsiębiorców (Mączyńska, 2017; Michalski, 2018). Takim zagrożeniem mogą być zatory płatnicze coraz częściej występujące w rzeczywistości gospodarczej przedsiębiorstw.

Celem badań i analiz było rozpoznanie problemu stanu i zmiany skali zatorów płatniczych w polskich przedsiębiorstwach na tle innych krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Badania przeprowadzono w latach 2017–2021, bezpośrednio związanych z istotnymi zmianami społeczno-gospodarczymi, które zaistniały w związku z pandemią COVID-19, a następnie z dynamicznym rozwojem bezgotówkowej sprzedaży internetowej wśród przedsiębiorców. Lata wybrane do badań to również okres burzliwych i złożonych zmian makroekonomicznych oraz zmian otoczenia zewnętrznego, m.in. związanych z zaburzeniem kanałów dostaw, wzrastającą inflacją, presją cenową czy skutkami ukrytej recesji. Ciekawym zagadnieniem poznawczym stało się zatem sprawdzenie odpowiedzi na pytanie o to, czy i jakie zmiany w zakresie form płatności i zatorów płatniczych miały miejsce w polskich przedsiębiorstwach w porównaniu z najbliższymi krajami i partnerami handlowymi. Cele szczegółowe dotyczyły uzyskania odpowiedzi na pytania:

- Czy i jak występujące w poszczególnych krajach zatory płatnicze są skorelowane ze wzrostem sprzedaży bezgotówkowej?
- Czy pozycja wyjściowa kraju w obszarze płatności biznesowych sprzed okresu pandemii miała wpływ na wzrost opóźnień w płatnościach biznesowych?
- Jaki jest w ujęciu regionalnym aktualny udział opóźnień w płatnościach pomiędzy poszczególnymi krajami i jaką pozycję zajmuje polska gospodarka?

Zatory płatnicze w Europie – próba pomiaru i skala zjawiska

Problem zatorów płatniczych to zjawisko, które pojawia się często i które dotyka większość krajów Unii Europejskiej. Przy pomiarze i obserwacji zatorów poszczególne kraje identyfikują je głównie na poziomie krajowym, dalej można czynić porównania międzynarodowe. Nie ma natomiast instrumentów pozwalających na identyfikację tych zatorów w rozliczeniach handlu zagranicznego.

Zjawisko zatorów płatniczych można definiować z różnych punktów widzenia: finansów, ekonomii czy prawa gospodarczego. Według słownika finansów, zatory płatnicze to zjawisko rosnących zaległości w uiszczeniu zobowiązań pieniężnych, które mogą prowadzić do określonych zahamowań w procesie prowadzenia działalności gospodarczej czy dalszego jej rozwijania (Bień, 2010; Masiukiewicz, 2018). W szerszym kontekście i ujęciu systemowym zatory płatnicze powodują utratę wpływów pieniężnych nie tylko w danym przedsiębiorstwie. Dalej zaistniałe zadłużenia mogą się kumulować, a następnie przechodzić na kolejne podmioty gospodarcze, powiązane z zadłużonym przedsiębiorstwem (Biernacki, 2014; Owolabi, Obida, 2012). Problem narastających zatorów płatniczych to kolejne problemy z utrzymaniem płynności finansowej przedsiębiorstw, co może prowadzić do ograniczenia zakresu działalności albo nawet do bankructwa firm. Nadmierna kumulacja przeterminowanych i niepłaconych wierzytelności występujących na danym rynku może wywołać efekt domina w danym systemie płatniczym kraju, a także doprowadzić

do istotnych zmian w określonych branżach. Zjawisko zatorów płatniczych często przez badaczy i praktyków wskazywane jest jako jeden z ważniejszych objawów pogarszającej się koniunktury w gospodarce. Uznawane jest za zjawisko niepożądane, o dużym negatywnym potencjale niekorzystnych zmian gospodarczych, które należy szybko zwalczać (Białowolski, Łaszek, 2017; Grzywacz, 2022; Szydła, 2015).

Dla celów analiz porównawczych przez badaczy i instytucje ratingowe konstruowane są różne indeksy zadłużenia oraz indeksy przeterminowanych zobowiązań. Miernikiem zatorów płatniczych są indeksy pokazujące sytuację w ujęciu regionalnym dla poszczególnych krajów. Do nich można zaliczyć:

- syntetyczne indeksy międzynarodowe, np. Atradius Index, European Payment Index (EPI), globalny indeks niewypłacalności Dun & Bradster,
- syntetyczne indeksy krajowe, np. w Polsce są to Indeks Zatorów Płatniczych BIG InfoMonitor, Indeks Należności Przedsiębiorstw KPF, Indeks KRД,
- wskaźniki zadłużenia przeterminowanego – wskaźniki InfoMonitora oraz Krajowego Rejestru Długów (KRД), mierniki krajowych rejestrów dłużników,
- mierniki statystyczne zatorów płatniczych ustalone na podstawie reprezentatywnych badań (European Payment Study, 2022; Iwańczuk, 2011; Masiukiewicz, 2018; North, 2015).

W naszej strefie gospodarczej na obszarze Unii Europejskiej jest dość często wykorzystywany Indeks European Payment Index (EPI), który określa pozycję danego kraju w obszarze płatności biznesowych oraz opisuje wpływ opóźnień w płatnościach na rozwój i wzrost europejskich przedsiębiorstw (Burkart, Ellingsen, 2014; European Payment Study, 2022).

Tabela 1. European Payment Index – wybrane kraje

Kraj	EPI (pkt)	Udział straconych należności (%)	Opóźnienia w płatności (dni)	Średni okres – kontrakt płatności faktury (dni)
Polska	185	3,8	18	20
Czechy	177	3,0	14	30
Słowacja	165	4,0	17	25
Węgry	175	4,3	16	25
Rumunia	188	6,2	16	20
Bułgaria	191	7,1	16	25
UE-27	155	2,4	14	21

Źródło: obliczenia na podstawie: European Payment Index 2004-2014 (Intrum, 2023, 10 maja)

Europejski indeks płatności dla przedsiębiorstw przed okresem pandemii był zróżnicowany, co spowodowane było wieloma czynnikami. Niemniej jednak już w tym okresie było widać wyraźną różnicę w problemach z płatnościami bezgotówkowymi pomiędzy starymi a nowymi członkami Unii Europejskiej. Indeks opóźnionych płatności w Europie wahał się w granicach od 100 pkt do ponad 190 pkt. Co ciekawe, już w tym okresie stwierdza się wyraźne różnice pomiędzy Europą Środkowo-Wschodnią a Europą Zachodnią oraz to, że kraje Europy Środkowo-Wschodniej miały najwyższe niekorzystne wskazania dla wskaźnika EPI – poziom powyżej 170 pkt, z wyjątkiem Hiszpanii oraz Portugalii. Średnio dla UE wskaźnik ten wyniósł 155 pkt. W świetle analizy European Payment Index (Intrum,

2023, 10 maja) najwyższy był on w Serbii i Grecji, a najniższy – w krajach skandynawskich. Polska znajduje się od kilku lat w środku tabeli rankingowej. W porównaniu z państwami Europy Środkowo-Wschodniej polska gospodarka przed przed okresem badań miała wysokie wskazania indeksu, podobnie jak Rumunia, i najwyższy poziom w odraczaniu zapłaty – 18 dni. Udział straconych należności mieścił się w średniej dla badanej grupy (3,8%).

Grupa krajów Europy Zachodniej od lat utrzymuje ten sam, dobry poziom praktyk płatniczych. Średnio zaledwie kilka procent faktur w Europie Zachodniej jest regulowane z opóźnieniem lub staje się należnością nieściągalną. Te kraje charakteryzują się najwyższym wskaźnikiem wierzytelności regulowanych w terminie. W ujęciu całościowym wyjątkiem są przedsiębiorcy działający w Wielkiej Brytanii oraz Belgii. Natomiast od lat Europa Środkowo-Wschodnia wskaźnik wierzytelności przeterminowanych ma na poziomie kilkakrotnie wyższym (Gołaś, Bieniasz, 2021). Ujmując rzecz całościowo pod względem praktyk płatniczych, stwierdza się wyraźny podział pomiędzy krajami wschodnimi a zachodnimi, inaczej – starymi krajami Unii Europejskiej.

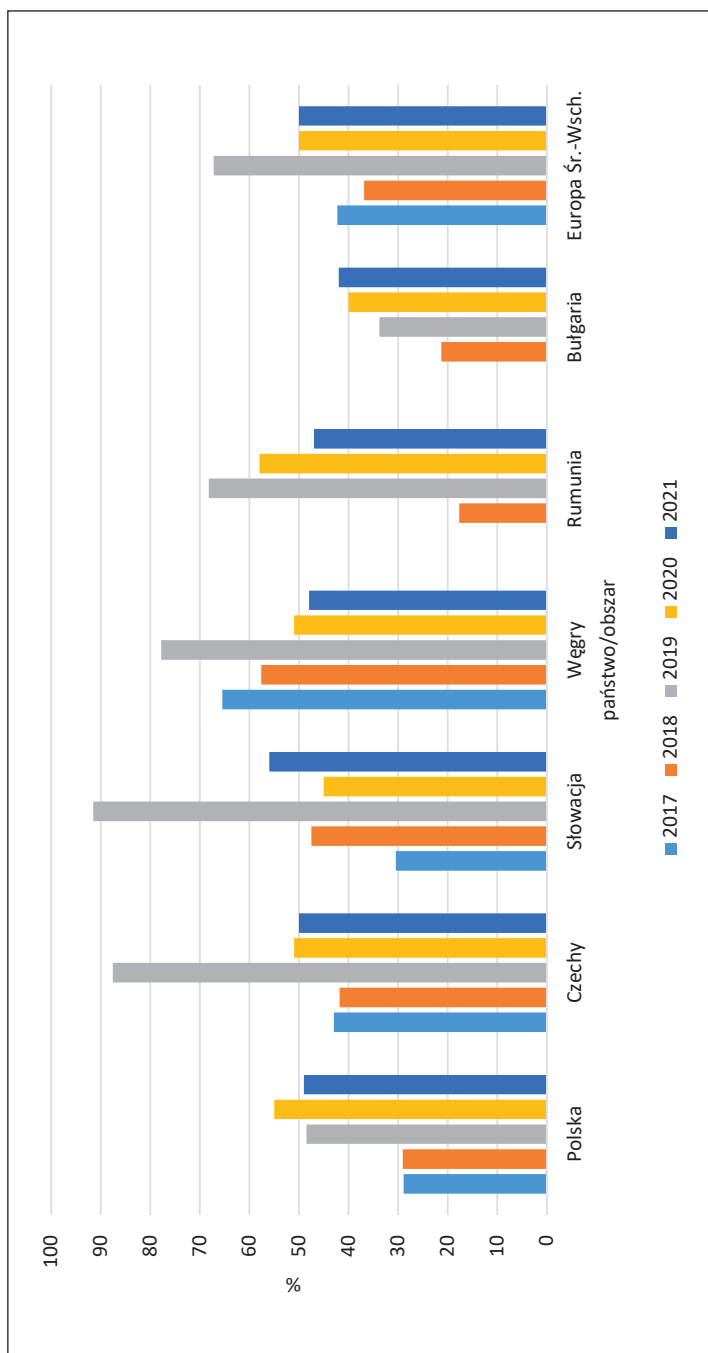
Analiza praktyk płatniczych w Europie Środkowo-Wschodniej

Analiza praktyk płatniczych stosowanych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej została przeprowadzona na podstawie systematycznych badań monitorowanych przez międzynarodową firmę Atradius, lidera rynku w zakresie windykacji i ubezpieczeń należności. Do porównań wykorzystano dane reprezentatywnych przedsiębiorstw z Polski, Czech, Słowacji, Węgier, Rumunii oraz Bułgarii. W poszczególnych krajach na tle zebranych danych finansowych, tj. zrealizowanej wartości sprzedaży z odroczonym terminem płatności i średniego terminu płatności, w przeprowadzonej analizie ukazano kształtowanie się średniego udziału nieściągalnych należności w całości dokonywanej sprzedaży na terenie wszystkich analizowanych państw Europy Środkowo-Wschodniej oraz wskazano na tendencje dotyczące przyszłego kształtowania się spodziewanych praktyk płatniczych.

Analizując wielkość sprzedaży z odroczonym terminem płatności z lat 2017–2018, należy wskazać, iż utrzymywała się ona w badanych krajach na podobnym poziomie. Średnia wielkość tej wartości kształtowała się na poziomie ok. 40%. Najwięcej wynosiła na Węgrzech – ok. 60%, a w Polsce osiągnęła niższy poziom – ok. 30%. Rok 2019 przyniósł znaczące zmiany w zakresie tej wielkości w każdym z analizowanych państw. Średnia sprzedaż z wykorzystaniem kredytu kupieckiego wzrosła do ponad 65%, a więc blisko o jedną trzecią w porównaniu z latami sprzed pandemii. Najwięcej na tle regionu wzrosła sprzedaż bezgotówkowa w Czechach, na Słowacji i w Rumunii, gdzie odnotowano wzrosty wielkości ponad 40%. W Polsce dynamika zmian wyniosła ok. 20%.

Wybuch pandemii COVID-19 przyczynił się do wzrostu tendencji sprzedaży z wykorzystaniem kredytu kupieckiego w celu wsparcia płynności i wypłacalności krajowych przedsiębiorców. Przyczyną wzrostu wielkości sprzedaży z wykorzystaniem kredytu kupieckiego były prawdopodobnie nowe techniki sprzedaży, z szerszym wykorzystaniem narzędzi informatycznych (Rogowski, Żaczekiewicz, 2021). W dalszych latach zauważalna była stabilizacja tendencji kształtowania się wielkości sprzedaży z odroczonym terminem płatności. Od 2020 r. sprzedaż realizowana w formie bezgotówkowej wprawdzie zaczęła spadać, ale utrzymywała się na stosunkowo wysokim poziomie, średnio w Europie ok. 50%, podobnie w Polsce. W 2021 r. wielkość sprzedaży na kredyt kupiecki spadła do 49%, jednak nadal cieszyła się ogromnym zainteresowaniem wśród polskich kontrahentów. Według

Rycina 1. Wielkość przychodów ze sprzedaży dla płatności z odroczonego terminem zapłaty w poszczególnych krajach Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2017–2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Attradius Payment Practices Barometer. Eastern Europe, Payments trends in B2B trade* (raporty z odpowiednich lat; www.attradius.com)

przedsiębiorców, był to jeden ze sposobów na zapewnienie innym przedsiębiorcom finansowania w krótkim czasie. Odrzucenie przez kontrahentów możliwości wystawienia faktur z odroczonym terminem płatności było zazwyczaj związane z niezadawalającą zdolnością bądź kondycją finansową kontrahenta (Kontus, Mihanović, 2019).

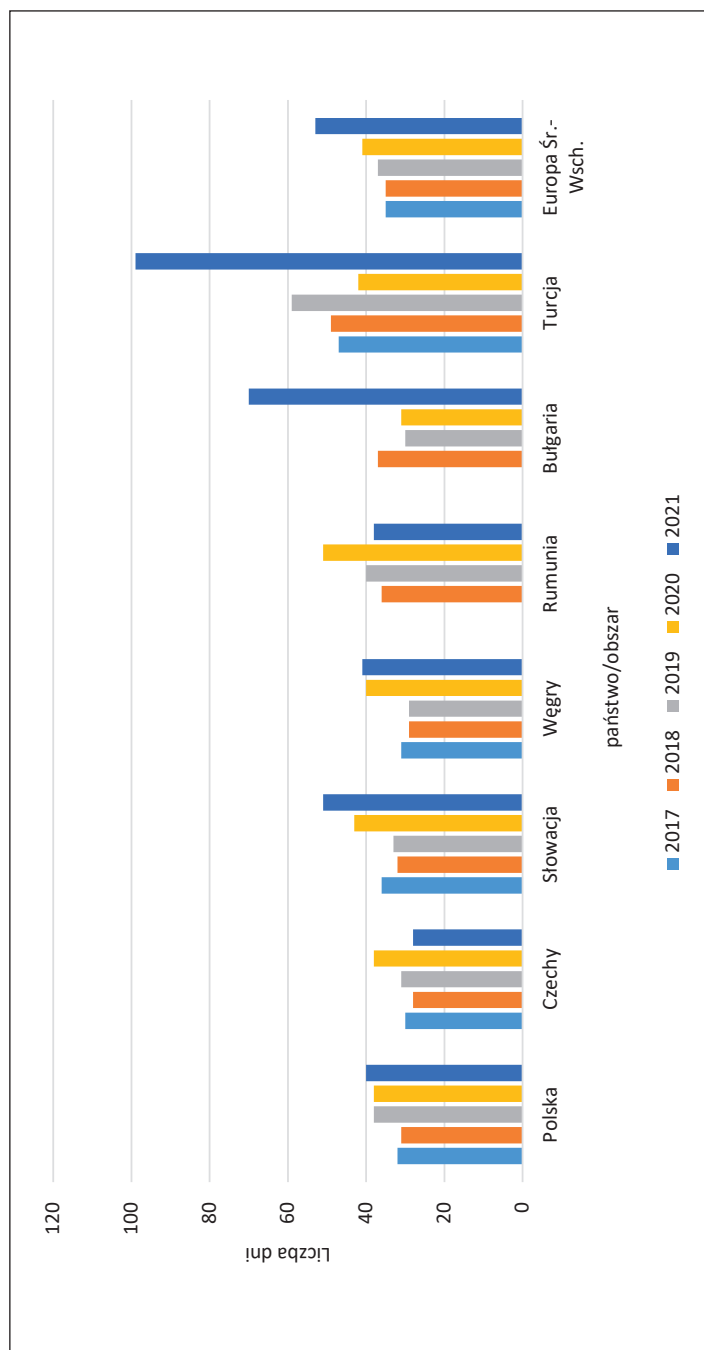
Drugą badaną wielkością zastosowaną dla zobrazowania ujęcia regionalnego jest średni termin płatności w praktykach handlowych (rycina 2).

Biorąc pod uwagę wartość średniego terminu płatności dla państw objętych badaniem, można zauważyć, że wielkość ta przed pandemią utrzymywała się na podobnym poziomie. W badanej grupie państw średnio było to 35 dni. Rok 2020 przyniósł znaczne pogorszenie wartości średniego cyklu inkasa należności handlowych. Negatywne skutki dla gospodarki znalazły odzwierciedlenie w wydłużeniu średniego terminu zapłaty do 40, a nawet 50 dni i przyczyniły się do problemów z utrzymywaniem płynności finansowej przez kontrahentów. Kolejne lata zamknięcia gospodarek światowych pogorszyły jeszcze bardziej sytuację płatniczą przedsiębiorstw we wszystkich badanych krajach. Największy wzrost widoczny był w Słowacji i Bułgarii, gdzie cykl inkasa faktur wzrósł do 70 dni, dość mocno zatem odbiegał od zwyczajowych terminów płatności. Analiza kształtowania się tej wartości względem początku badanego okresu również pokazuje, iż średni termin płatności dla krajów badanego obszaru wzrósł znacząco, gdyż średnio aż do 53 dni.

Znaczny odsetek przedsiębiorstw prowadzących działalność gospodarczą zgłaszał fakt opóźnień w płatnościach dokonywanych przez kontrahentów. W Europie Środkowo-Wschodniej średnio sprzed okresem pandemii było to ponad 80%. Trend wysokiej wartości odsetka przedsiębiorstw zgłaszających opóźnienia w płatnościach osłabł w kolejnych latach. Przeciętnie wynosił on ok. 34-45%. W Polsce spadł blisko o połowę, wykazując podobną tendencję jak Rumunia, Węgry, Słowacja. Polscy przedsiębiorcy charakteryzowali się na tle ościennych gospodarek najlepszą sytuacją w zmniejszaniu opóźnień w płatnościach pomiędzy przedsiębiorstwami. Największy udział w analizowanym obszarze płatności miały w ostatnim okresie te o terminie do 30 dni, a także te od 31 do 60 dni. Stosunkowo mały odsetek w porównaniu z pozostałymi przedziałami miały płatności w terminie powyżej 90 dni. Opóźnienia w regulowaniu zobowiązań zgłaszane były stosunkowo równomiernie w badanych firmach, chociaż niewielką przewagę w tym zakresie miały przedsiębiorstwa należące do sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Większy udział w obszarze preterminowanych faktur miały faktury od krajowych kontrahentów, mniejszy – od zagranicznych dostawców.

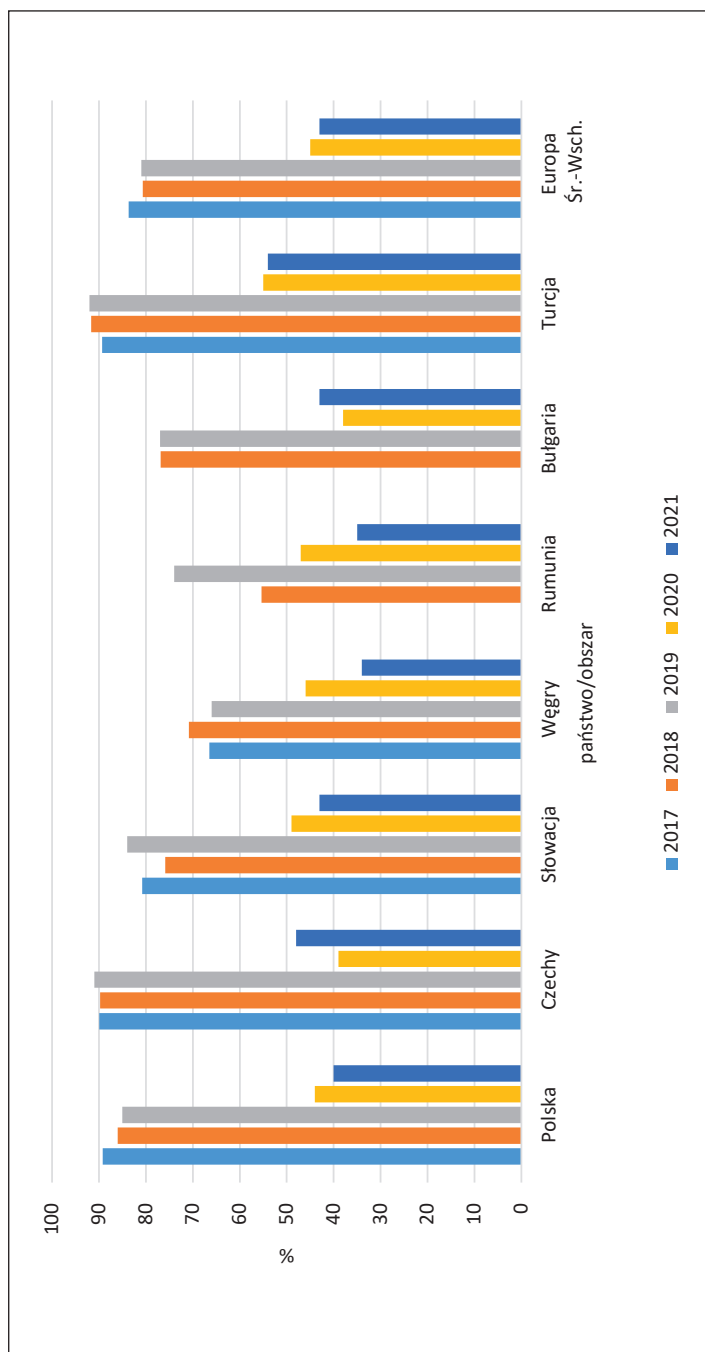
Udział nieściągalnych należności w ogólnej wartości sprzedaży w latach 2017-2019 w badanych państwach kształtował się na poziomie od 1,0% do 1,2%. Gwałtowny wzrost tego miernika i pogorszenie sytuacji z nieściągnięciem przeterminowanych płatności nastąpił dopiero w roku 2020, gdy udział nieściągalnych należności handlowych w całkowitej wartości sprzedaży wzrósł do poziomu 6%. W kolejnym roku sytuacja ta utrzymała się z niewielką tendencją spadkową, lecz nadal ze zbyt wysokim, pięcioprocentowym poziomem. Także udział nieściągalnych należności w łącznej wartości obrotów ze sprzedaży w polskich przedsiębiorstwach był z roku na rok coraz wyższy. Wskaźnik wykazywał w miarę stosunkowo podobną do tej przyjętej w Europie Środkowo-Wschodniej. Od 2019 r. wielkość tej miary dla polskiej gospodarki zaczęła niebezpiecznie rosnąć, przyjmując wartość 5,5%. Udział straconych należności w polskich przedsiębiorstwach, jak wskazują badania Instrum Justitia, przed rozpoczęciem badań był korzystniejszy 3,8%, przy średniej unijnej 2,4%. Dużo do zrobienia w sferze regulacji i powrotu na drogę pozytywnych zmian mają

Rycina 2. Średni termin inkasa faktur w poszczególnych krajach w latach 2017–2021, w dniach



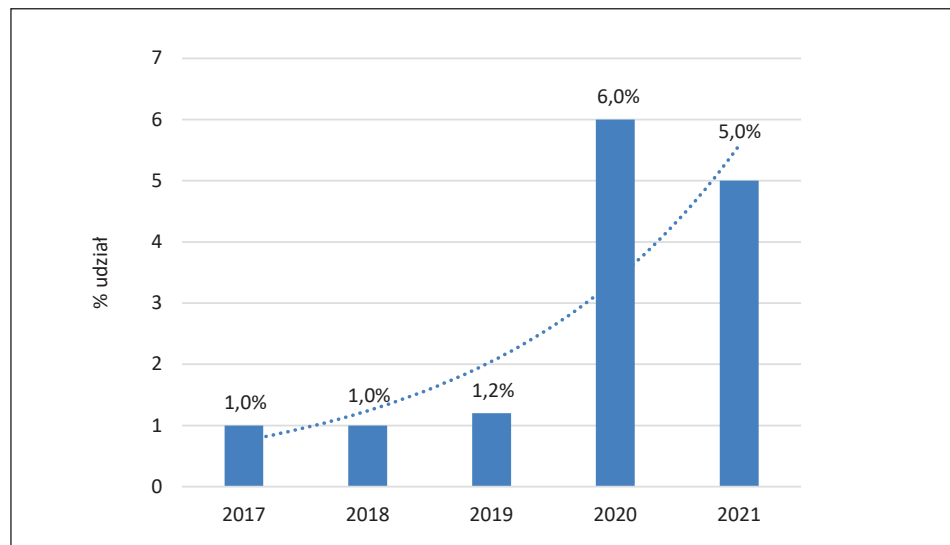
Źródło: opracowanie własne na podstawie B2B payment practices trends, Eastern Europe 2022 www.atradius.pl/raporty

Rycina 3. Udział opóźnień w płatnościach pomiędzy przedsiębiorstwami w poszczególnych krajach Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2017-2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie www.atradius.com/reports i www.atradius.pl z odpowiednich lat

Rycina 4. Kształtowanie się udziału nieściągalnych należności handlowych w całkowitej wartości sprzedaży dla Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2017–2021



Źródło: opracowanie własne na podstawie B2B Payment practices trends, Eastern Europe 2022 Payment Practices Barometer, www.atradius.com

gospodarki Czech, Słowacji i Węgier. Najczęściej nieściągalnymi należnościami okazywały się te z krajowych transakcji, nie zaś z transakcji zagranicznych. Głównymi powodami zaistniałych zmian były problemy z bieżącą płatnością, bankructwa klientów, a także niepowodzenie działań windykacyjnych zastosowane przez przedsiębiorstwa.

Zakończenie

Badania literaturowe oraz analiza raportów publikowanych przez różne instytucje finansowe w kraju i za granicą wskazują, że stosowanie odroczonego terminu płatności w przedsiębiorstwach w krajach Europy Środkowo-Wschodniej jest powszechną praktyką. W porównaniu z innymi państwami Polska przed pandemią miała wysokie poziomy odraczania zapłaty transakcji handlowych, a udział straconych należności mieścił się w średniej dla grupy. W latach 2019–2021 polscy przedsiębiorcy zwiększyli wolumen sprzedaży z odroczonym terminem płatności, przy utrzymaniu dobrego cyklu inkasa faktur. Obecny korzystny okres płatności faktur może świadczyć o stabilności rozwoju kontaktów handlowych, co wyróżnia nasz kraj w regionie. Wzorcem do poprawy w tym obszarze może być tylko gospodarka Czech. Na tle ościennych gospodarek polscy przedsiębiorcy charakteryzowali się również najlepszą sytuacją w zmniejszaniu opóźnień w płatnościach pomiędzy przedsiębiorstwami. Syntetyzując uzyskane wyniki, wskazać należy, iż istotnym problemem badanych gospodarek są wzrastające przeterminowane i niezapłacone wierzytelności. Niekorzystna pozycja wyjściowa kraju w obszarze płatności biznesowych sprzed okresu pandemii miała wpływ na wzrost opóźnień w płatnościach biznesowych po pandemii i powstawanie zatorów

płatniczych. Skala problemów płatniczych na poziomie poszczególnych krajów i regionów jest silnie wzajemnie powiązana. Problem nieterminowych płatności może rozprzestrzeniać się i to ryzyko powinno być obserwowane na poziomie krajowym i regulowane na poziomie unijnym. Wzrost udziału nieściągalnych należności we wszystkich państwach należy potraktować ostrzegawczo, zauważając potencjalne ryzyka z tym związane. Na podstawie uzyskanych danych można stwierdzić, że ważne jest dalsze rozwinięcie badanego problemu w ujęciu regionalnym. Przeprowadzone badania mają istotne znaczenie dla rozwoju nie tylko poszczególnych państw czy regionów, ale także lokalnych przedsiębiorców. To lokalni przedsiębiorcy bowiem powinni być przygotowani na zmiany, których tendencje wykazano w badaniach. Istnieje zatem konieczność dalszego prowadzenia badań w perspektywie i z punktu widzenia przedsiębiorców, co będzie podejmowane w kolejnym etapie badawczym.

Literatura

References

- Atradius Payment Practices Barometr. Survey Results for Eastern Europe. (2023, 10 maja). Pozyskano z: <http://global.atradius.com>
- Bank European Central. (2020; 2023, 10 maja). *ECB welcomes initiative to launch new European payment solution*. Pozyskano z: www.ecb.europa.eu
- Białowolski, P., Łaszek, A. (2017). *Zatory płatnicze: duży problem dla małych firm*. Warszawa: Fundacja Forum Obywatelskiego Rozwoju – FOR.
- Bień, W. (2010). *Zarządzanie finansami przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
- Biernacki, K. (2014). *Ułga na złe długi i zatory płatnicze: w praktyce podatkowej i rachunkowej*. Warszawa: Difin.
- Brigham, E., Houston, J. (2015). *Zarządzanie finansami*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bisnote D&B Polska. (2019). *Barometr płatności na świecie. Raport*. Warszawa: Bisnote D&B Polska.
- Burkart, M., Ellingsen, T. (2014). In kind finance: A theory of trade credit. *American Economic Review*, 94(3), 569–590.
- Ćwiakowski, M., Liput, J., Wierzbińska, A. (2020). *Ograniczanie zatorów płatniczych: praktyczny przewodnik*. Warszawa: Wolters Kluwer Polska.
- European payment habits hurt businesses. (2016). *Fair Play Magazine*, 3, 6–7.
- Gołaś, Z., Bieniasz A. (2014). Zróżnicowanie terminów płatności w wybranych krajach Europy. *Zeszyty Naukowe SGGW, Polityki Europejskie, Finanse i Marketing*, 12(61).
- Gołaczyński, J., Mączyńska, E. (red.). *Ochrona praw wierzycieli w Polsce*. Warszawa: PTE.
- Grzywacz, J. (2022). Należności a płynność finansowa przedsiębiorstwa. W: *Finanse przedsiębiorstwa. Wyzwania przyszłości*, J. Grzywacz (red.). Warszawa: Oficyna Wydawnictwo SGH.
- Intrum. (2023, 10 maja). *European Payment Index 2022*. Pozyskano z: http://www.intrum.fi/files/European_Payment_Index_2022
- Intrum. (2023, 10 maja). *European Payment Index Report & Country Risk Index Report*. Pozyskano z: www.intrum.com
- Intrum. (2023, 10 maja). *European Payment Report 2022*. Pozyskano z: www.intrum.com
- European Payment Study 2022*. (2023, 10 maja). Pozyskano z: zeb-consulting.co
- Iwańczuk, A. (2011). *Systemy płatnicze i rynek płatności w Unii Europejskiej*. Warszawa: CeDeWu.pl
- Kontus, E., Mihanović, D. (2019). Management of liquidity and liquid assets in small and medium sized enterprises. *Economic Research*, 32(1).
- Kosińska, J., Cikirko, T. (2010). *Podstawy zarządzania płynnością finansową przedsiębiorstwa*. Warszawa: Oficyna Ekonomiczna SGH.
- Majchrzycka-Guzowska, A. (2018). *Finanse i prawo finansowe*. Warszawa: LexisNexis.
- Masiukiewicz, P. (2018). *Zatory płatnicze w gospodarce*. Warszawa: Oficyna Wydawnicza SGH.

- Mączyńska, E. (2017). Wierzytelności – fundamentalna kwestia ekonomiczna i społeczna. W: *Biuletyn Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego*, 2(77), 9–18.
- Michalski, G. (2018). *Strategiczne zarządzanie płynnością finansową w przedsiębiorstwie*. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
- NBP. (2018). *Obrót bezgotówkowy – zalety i korzyści wynikające z jego upowszechnienia*. Warszawa: NBP.
- Niemczyk, J. (2010). *Modele biznesowe. Zarządzanie. Kanony i trendy*. Warszawa: C.H. Beck.
- North, D.C. (2015). *Understanding the process of economic change*. Washington: Princeton University Press.
- Owolabi, A., Obida, S. (2012). Liquidity management and corporate profitability: Case study of selected manufacturing companies Listed on the Nigerian Stock Exchange. *Business Management Dynamics*, 2(2).
- Portfel należności polskich przedsiębiorstw. (2018). *Informacja i raporty. Projekt badawczy Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce oraz Krajowego Rejestru Długów*. Warszawa: KPF, 5–27.
- Rogowski, W., Żaczekiewicz, K. (2021). Jak zarządzać ryzykiem powstawania opóźnionych płatności. *Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie*, 4(22).
- Sobczak, K. (2002). *Europejskie prawo gospodarcze w działalności przedsiębiorstw*. Warszawa: Difin.
- Szydła, J. (2015). Instrumentarium przeciwdziałania zatorom płatniczym. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu*, 15(7).

Paulina Filip, dr nauk ekonomicznych, Uniwersytet Rzeszowski, Kolegium Nauk Społecznych, Instytut Ekonomii i Finansów. Specjalizuję się w badaniu działalności nowych przedsiębiorstw na rynku Unii Europejskiej, zwłaszcza w kontekście ich sytuacji finansowej i sposobów alokacji kapitału. Jestem ekspertem w tematyce badania finansów przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem poszukiwania nowoczesnych sposobów finansowania różnych form działalności gospodarczej. Interesują mnie badania porównawcze przedsiębiorstw MŚP.

Paulina Filip, Phd, University of Rzeszów, College of Social Sciences, Institute of Economics and Finance. I specialise in studying the activity of new EU enterprises, especially in the context of their financial situation and ways of allocating capital. My fields of specialisation are finance, financial management, and modern forms of financing. I am an expert on the subject of finance in the context of financing enterprises and other forms of business activities. I am particularly interested in comparative studies in the financing structure of SMEs in the EU.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1786-318X>

Adres/Address:

Uniwersytet Rzeszowski
Kolegium Nauk Społecznych
Instytut Ekonomii i Finansów
ul. M. Cwiklińskiej 2a
35–959 Rzeszów, Poland
e-mail: pfilip@ur.edu.pl

Katarzyna Kopeć

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie, Polska ■ Jagiellonian University in Kraków, Poland

Produkcja filmowa a zachęty finansowe na tle polityki audiowizualnej

Film production and financial incentives in the context of audiovisual policy

Streszczenie: Zachęty finansowe dla branży filmowej są popularną strategią rozwoju gospodarczego wdrażaną przez wiele państw i regionów na świecie. Jednym z podstawowych argumentów za wdrażaniem tego typu zachęt jest kształtowanie optymalnych warunków sprzyjających inwestycjom ze środków zewnętrznych, co może tworzyć efekt mnożnikowy wzmacniający lokalną gospodarkę. W Polsce system wsparcia produkcji audiowizualnej, tzw. zachęt finansowych, jest regulowany Ustawą o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej*, Dz.U. 2019, poz. 50). W ramach tego rozwiązania możliwy jest zwrot kosztów produkcji, które zostały poniesione w Polsce, w wysokości 30% polskich kosztów kwalifikowalnych (art. 14, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*; <https://pisf.pl/zachety-informacje/>, 2023, 9 listopada). Celem artykułu jest eksploracja mechanizmu zachęt finansowych w polityce audiowizualnej na przykładzie wsparcia podmiotów produkcji filmowej w Polsce.

Abstract: Financial incentives for the film industry are a popular economic development strategy implemented by many countries and regions worldwide. One of the primary arguments for implementing this type of incentive is the creation of optimal conditions conducive to investments from external funds, which may create a multiplier effect, strengthening the local economy. In Poland, incentives for film production are introduced in the *Act on financial support for audiovisual production of 9 November 2018* (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej*, Dz.U. 2019, poz. 50). The system provides a reimbursement equivalent to 30% of eligible expenses incurred in Poland for production costs (art. 14, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*; <https://pisf.pl/zachety-informacje/>; 2023, 9 listopada). The paper aims to explore the mechanism of financial incentives in audiovisual policy using film production in Poland as an example.

Słowa kluczowe: polityka audiowizualna; produkcja filmowa; zachęty finansowe

Keywords: audiovisual policy; film production; financial incentives

Otrzymano: 21 września 2023

Received: 21 September 2023

Zaakceptowano: 21 listopada 2023

Accepted: 21 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Kopeć, K. (2023). Produkcja filmowa a zachęty finansowe na tle polityki audiowizualnej. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 59–70. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.4>

Wstęp

W państwach Unii Europejskiej nie istnieje jeden wspólny system zasad organizowania rynku audiowizualnego, jednak europejska polityka w tym zakresie jako element polityki wspólnego rynku buduje dla funkcjonowania rynku audiowizualnego pewne ramy. Z tego względu formy interwencjonizmu poszczególnych państw na rynku audiowizualnym w państwach UE są zbliżone. Analogiczne są również zasady przyznawania pomocy publicznej w celu wspierania określonych działań na tym rynku, co wpływa bezpośrednio na kształt uwarunkowań w zakresie jego rozwoju. Zagadnienia związane z procesem budowania regulacji w obrębie tzw. software'u, do którego zaliczamy organizację finansowania i dystrybucji zasobów filmowych, pokazują modelowanie priorytetów w sektorowej polityce publicznej (Chałubińska-Jankiewicz, Kakarenko, Sobczak, 2020).

W branży filmowej, stanowiącej ważny filar sektora audiowizualnego, popularne stają się nie tylko bezpośrednie instrumenty finansujące produkcję filmową, lecz także instrumenty pośrednie, mające na celu zachęcenie do wyboru konkretnej lokacji filmowej, np. rozwiązania typu cash rabate polegające na refundacji części wydatków związanych z produkcją audiowizualną (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada) poniesionych w danym kraju. Takie rozwiązanie wprowadzono w Polsce Ustawą o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*). Celem wprowadzenia tej ustawy był „kompleksowy rozwój polskiego przemysłu audiowizualnego oraz rozwój kultury i promocja polskiego dziedzictwa kulturowego na świecie przez finansowe wspieranie produkcji utworów audiowizualnych” (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada).

Wprowadzanie systemu zachęt finansowych dla poszczególnych branż sektora kreatywnego staje się ważnym elementem gry rynkowej, co uwidacznia się w niemal kaskadowym wdrażaniu tego typu rozwiązań przez różne państwa, dla których ważne staje się budowanie konkurencyjnych warunków wspierania branży filmowej i wzmacnianie pozycji rodzimego sektora audiowizualnego na rynku międzynarodowym.

Celem artykułu jest eksploracja mechanizmu zachęt finansowych w polityce audiowizualnej na przykładzie wsparcia podmiotów produkcji filmowej w Polsce.

Polityka audiowizualna UE

Podstawową zasadą polityki kulturalnej Unii Europejskiej jest ochrona różnorodności kultur narodowych i wspieranie wzajemnego rozwoju. Założenia te wynikają z art. 167 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej – TFUE (*Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*, Dz.U. UE, C 202, 7.6.2016) oraz *Karty praw podstawowych Unii Europejskiej*, gdzie w art. 22 ustalono zasadę, że Unia szanuje różnorodność kulturową, religijną i językową (art. 22, *Karty*

praw podstawowych...). Zasada ta jest kluczowa dla postrzegania polityki audiowizualnej jako elementu polityki wspólnego rynku UE, w przypadku którego nie istnieje jeden wspólny system zasad organizowania tego rynku. Unia uwzględnia aspekty kulturowe w działaniach podejmowanych na mocy innych przepisów (art. 167, ust. 4, *Traktat o funkcjonowaniu...*), co w odniesieniu do polityki audiowizualnej oznacza prawo do swobodnego przepływu towarów (np. produkcja i dystrybucja dóbr kultury, w tym filmów), osób (np. artystów, dziennikarzy, pisarzy), usług oraz swobodnego przepływu kapitału (tj. finansowania kultury w obszarze filmu) (art. 28, 30, 34, 35, 45–62, *Traktat o funkcjonowaniu...*). W wymiarze wewnątrzunijnym podejmowane są zatem działania modelujące zdolność konkurencyjną przemysłów kreatywnych i kultury UE m.in. poprzez łatwiejszy dostęp do źródeł finansowania, które ma służyć zachowaniu europejskiego dziedzictwa kulturowego. Szczególne znaczenie ma art. 107, ust. 3, pkt d, TFUE dopuszczający pomoc publiczną przyznaną przez państwa członkowskie na cele związane z promocją kultury (art. 107, ust. 3, pkt d, *Traktat o funkcjonowaniu...*). Komisja Europejska określa ponadto warunki pomocy państwa przeznaczonej na wspieranie utworów audiowizualnych (art. 54, *Rozporządzenie Komisji UE nr 651/2014 uznające niektóre rodzaje pomocy za zgodne z rynkiem wewnętrznym w zastosowaniu art. 107 i 108 Traktatu*, Dz.U. UE, L 187/1, 17.6.2014). Dokument ten mówi, że „programy pomocy na wspieranie opracowania scenariuszy, rozwijania projektów, produkcji, dystrybucji i promocji utworów audiowizualnych są zgodne z rynkiem wewnętrznym” (art. 54, pkt 1, *Rozporządzenie Komisji UE nr 651/2014...*). Zatem rozporządzenie pozwala na wprowadzenie przez państwa zachęt finansowych dla produkcji audiowizualnej.

Zasady te otwierają możliwości kształtowania reguł finansowania branży filmowej w zakresie zasad prawnych i budowania optymalnego środowiska dla produkcji oraz dystrybucji produktów audiowizualnych. Ważnym elementem tego systemu jest tworzenie systemu publicznego finansowania całej kinematografii na poziomie europejskim poprzez politykę wspólnotową. Fundamentalnym instrumentem finansowania sektora audiowizualnego w Europie jest komponent Media w ramach programu wspólnotowego *Kreatywna Europa* zainicjowany w 1991 roku celem stymulowania rozwoju europejskiego sektora audiowizualnego (*Creative Europe programme strands...*).

Zachęty finansowe dla branży filmowej

Zachęty finansowe dla branży filmowej są popularną strategią rozwoju gospodarczego wdrażaną przez wiele państw i regionów na świecie. Głównym zamysłem tego typu rozwiązań jest kształtowanie optymalnych warunków sprzyjających inwestycjom ze środków zewnętrznych, które mogą tworzyć efekt mnożnikowy wzmacniający lokalną gospodarkę. Jest to związane ze zwiększonym obrotem pieniądza, np. wydatkowaniem środków przez podmioty zaangażowane w proces produkcji (*Uzasadnienie do projektu...*). Keynesowska koncepcja efektu mnożnikowego w odniesieniu do przemysłu filmowego opiera się na założeniu, że uruchomienie lub rozbudowa działalności gospodarczej oddziałuje na zwiększenie popytu konsumpcyjnego czy zaopatrzeniowego w sposób bezpośredni, pośredni i indukowany, co z kolei katalizuje rozwój innych przedsiębiorstw lokalnych (Kasprzak, 2013; *Creative Economy*, 2008, 2023, 10 listopada).

Zachęty finansowe to termin wprowadzający dużą dowolność interpretacyjną. Zachęty finansowe w branży filmowej rozumiane są jako rodzaj narzędzia rozwoju gospodarczego projektowanego przez decydentów w sektorze publicznym i obejmują szeroki wachlarz

rozwiązań, w tym rozwiązania nie tylko o charakterze podatkowym (np. ulgi podatkowe), lecz także pieniężnym (np. refundacja części wydatków poniesionych na dany cel) (*What Factors...*, 2023, 9 listopada). Ważnym celem zachęt jest stymulowanie podmiotów gospodarczych do rozwoju, by ostatecznie pobudzić m.in. lokalny rynek pracy i wynagrodzeń. Jest to zatem rozwiązanie stosowane w polityce publicznej służące pobudzaniu działalności gospodarczej. Dotychczas jednak w badaniach nie dowiedziono jednoznacznej skuteczności tego typu rozwiązań. Z jednej strony badania wskazują na czynniki sprzyjające skuteczności takich narzędzi (np. kreatywność i elastyczność środowiska producenckiego, nieskomplikowany proces aplikacyjny) (Ciantar, 2015), jednak z drugiej nie istnieje konsensus w zakresie oceny wdrażania zachęt dla producentów filmowych. Przykładowo, badania amerykańskie podkreślają, że mimo stosowania różnych zachęt w poszczególnych stanach nie ma badań pokazujących kompleksowe oddziaływanie tych rozwiązań na stan gospodarki. Część analiz nie znajduje związku (lub określa jego poziom jako niewielki) między zachętami przyciągającymi producentów filmowych do określonej lokacji a wzrostem gospodarczym danego stanu czy regionu (Christopherson, Rightor, 2010; Bradbury, 2000; Button, 2019; Owens, Rennhoff, 2020; Swenson, 2017; Thom, 2018). Europejskie Obserwatorium Audiowizualne podkreśla z kolei, że na poziomie państwa zachęty finansowe niosą za sobą wyższy zwrot z podatków do budżetu, niż wynosi koszt ich obsługi, co świadczy o mechanizmie samofinansowania (Olsberg, Barnes, 2014).

Wśród przesłanek za wprowadzeniem rozwiązań fiskalnych wspierających przemysł kreatywny można wymienić następujące czynniki:

- polityczne – wspieranie działań projakościowych, proinnowacyjnych i prodośćpnościowych w danym obszarze, umacnianie wizerunku państwa czy regionu, budowanie różnorodności,
- ekonomiczne – oddziaływanie branż przemysłu kreatywnego na gospodarkę, ograniczanie negatywnych efektów związanych ze strukturą kosztów w przemysłach kreatywnych, które cechują wysokie koszty utopione i koszty stałe oraz niskie koszty krańcowe (Goto, 2017).

Zachęty jako narzędzie wsparcia ekonomicznego dla branży filmowej były wprowadzane w różnej formie i zakresie w Kanadzie (lata 50. XX w.) (Katz, 2005), Irlandii (tzw. Eady Levy podatek od wpływów kasowych wprowadzony w latach 50.) (Fenwick, 2017), w Wielkiej Brytanii (tzw. ulga „Section 42” od lat 90.) (Katz, 2005), czy też w USA (od lat 70.) (Bakker, 2008).

Badania dotyczące funkcjonowania systemu zachęt w produkcji audiowizualnej stanowią część badań nad mechanizmami publicznego wspierania branży filmowej, choć jest to raczej domena badań prowadzonych w ośrodkach Europy Zachodniej i Stanów Zjednoczonych (Bordman, 2018; Christopherson, Rightor, 2010; Grand, 2006; Malyshev, 2010).

Współcześnie wiele państw wprowadza ulgi podatkowe służące stymulowaniu wzrostu gospodarczego (Hemels, Goto, 2017). Są to zarówno ulgi dla podmiotów branży filmowej, jak i np. ulgi na rynku sztuki etc. Jak wynika z raportu *Global Film Production Incentives – A White Paper* (2013, 9 listopada) w maju 2019 r. istniało 97 programów zachęt w różnych państwach lub regionach na świecie.

Popularność zachęt finansowych dla producentów filmowych wynika z kilku powodów. Uchodzą one za skuteczne narzędzie wspierania rozwoju przemysłów kreatywnych utożsamianych z poprawą zatrudnienia, wzrostem świadomości w obszarze dziedzictwa, wzrostu gospodarczego, eksportu, turystyki filmowej oraz narodowej „soft power”. W tym

kontekście zachęty są bardziej rodzajem inwestycji państwa niż kosztem, którego efektem może być zwiększenie lokalnej aktywności w produkcji filmów, przyciąganie produkcji spoza Europy, zwiększenie liczby koprodukcji europejskich. Zachęty mogą stwarzać warunki, w których młode rynki podejmują współpracę z rynkami dojrzałymi i czerpią z niej korzyści (Milla, Fontaine, Kanzler, 2016).

Formy zachęt a instrumenty finansowania produkcji filmowej

Podstawą wielu polityk kulturalnych w obszarze wspierania przemysłu audiowizualnego są środki publiczne dystrybuowane w różnej formie na szczeblu regionalnym i narodowym oraz na poziomie europejskim czy międzynarodowym. Fundusze przeznaczone na wspieranie kinematografii zasilane mogą być z budżetu państwa czy budżetów samorządów (np. za pośrednictwem regionalnych funduszy filmowych), a także z państwowych funduszy celowych zasilanych np. wpływami z loterii państwowych (Fundusz Promocji Kultury). Różnorodność form finansowania tej branży jest znacząca – istnieją liczne rozwiązania bezpośrednie (dotacje, pożyczki, nagrody) oraz pośrednie (o charakterze fiskalnym, np. ulgi podatkowe), które wykorzystywane są w celu stymulowania produkcji filmowej w regionach.

Polityka publiczna w obszarze wspierania sztuki filmowej kształtowana jest odmiennie w różnych krajach z uwzględnieniem specyfiki historycznej czy perspektywy społeczno-kulturowej warunkujących podejście do polityki publicznej (Bondebjerg, Novrup Redvall, Higson, 2015).

W literaturze (Milla, Fontaine, Kanzler, 2016) wymienia się kilka form wsparcia w obszarze produkcji filmowej i audiowizualnej:

- bezpośrednie finansowanie publiczne dystrybuowane za pośrednictwem funduszy filmowych (finansowanie to obejmuje szereg form wsparcia przemysłu filmowego i audiowizualnego skierowanego na wsparcie fazy rozwoju, produkcji, dystrybucji, marketingu, eksploatacji). Steenblik podkreślał znaczenie dotacji bezpośrednich jako dominujących i dobrze widocznych, jednak uważał, że wsparcie pośrednie, mimo swego rodzaju niewidoczności, odgrywa również rolę znaczącą, regulując funkcjonowanie określonych branż (Steenblik, 1990). Jednym z częstych rozwiązań jest wsparcie w formie grantów skierowanych do projektów spełniających określone kryteria. Jest to tzw. model ekspercki, gdzie o jakości projektu decyduje komisja typowy dla instytucji tzw. przedłużonego ramienia (arms-length principle) (Chartrand, McCaughey, 2010). Zaletą takiego modelu jest wysoka jakość wartościowych dofinansowanych projektów, jednak mogą tu być widoczne problemy pokazujące konflikt pomiędzy wyborem między filmami wysokoartystycznymi a produkcjami popularnymi;
- zachęty finansowe, np. o charakterze fiskalnym, ulgi podatkowe dla producentów i dystrybutorów, zwolnienia podatkowe, preferencyjne stawki podatku od towarów i usług (VAT), ulgi na inwestycje, np. program Enterprise Investment Scheme w Wielkiej Brytanii (*Use the Enterprise Investment Scheme (EIS)*..., 2023, 9 listopada), specjalne strefy ekonomiczne (np. Specjalna Strefa Wysp Kanaryjskich ZEC z obniżonymi stawkami podatkowymi, w tym obniżonym podatkiem od dochodów spółek w wysokości 4%) (*CanariasZEC*, 2023, 10 listopada);
- zobowiązania inwestycyjne podmiotów dostarczających audiowizualne usługi medialne na cele sztuki filmowej. Przykładowo w Polsce na mocy art. 19 Ustawy o kinematografii nadawcy programów telewizyjnych, w tym telewizji publicznej, właściciele kin,

operatorzy platform cyfrowych, operatorzy telewizji kablowej zobowiązani są do corocznego przekazywania 1,5% przychodu na rzecz Polskiego Instytutu Sztuki Filmowej (art. 19, *Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 r. o kinematografii*, Dz.U. 2023 poz. 130);

- instrumenty gwarancyjne ułatwiające dostęp do środków finansowych (np. kredyty gwarancyjne). Są to instrumenty strategiczne, które pozwalają przedsiębiorcom na pozyskiwanie kredytów lub gwarancji związanych z płynnością finansową przy produkcji audiowizualnej (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada).

European Audiovisual Observatory (Milla, Fontaine, Kanzler, 2016) wskazuje w swoim raporcie na trzy rodzaje zachęt stosowanych w odniesieniu do produkcji filmowej. Są to:

- ulgi podatkowe (tax shelter) mają na celu stymulowanie wydatków inwestycyjnych podejmowanych przez podmioty z sektora audiowizualnego. Te rozwiązania stosowane są w wielu branżach, a ich mechanizm polega na zwolnieniu z określonego podatku w związku z realizacją nowej inwestycji. Ta forma pomocy publicznej zależy zazwyczaj od wielkości przedsiębiorcy, danej lokalizacji i może być stosowana w perspektywie długoterminowej (np. kilka lat) przyciągnięcie inwestycji od podmiotów uprawnionych do odliczania inwestycji w kwalifikującą się produkcję od ich zobowiązań podatkowych;
- refundacje (rabates) są uzależnione od wydatków na produkcję, a nie od poziomu inwestycji – zwrot części kwalifikowanych kosztów produkcji odbywa się na podstawie odpowiedniego wykazu kosztów – środki refundacji wypłacane są bezpośrednio z budżetu państwa. Refundacja następuje zwykle po produkcji, kiedy wydatki zostały realnie poniesione oraz poddane audytowi ekonomiczno-finansowemu. Jest to zatem – upraszczając – rodzaj samofinansowania (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada) oraz po odprowadzeniu należnych podatków (np. podatku dochodowego, składek ubezpieczeniowych, podatku VAT) od działalności produkcyjnej na rzecz skarbu państwa następuje wypłata kwoty refundacji. Oznacza to, że „należności podatkowe związane z produkcją (w tym składki na ubezpieczenia społeczne, VAT, CIT etc.) pobierane są przed uruchomieniem wypłaty wsparcia i mogą wystarczyć na jego późniejsze pokrycie” (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada). Model ten jest rozwiązaniem wdrażanym najczęściej (*Global Film Production Incentives – A White Paper*, 2023, 9 listopada) głównie ze względu na przejrzystość systemu, łatwość kontroli o oceny i stosunkowo łatwą obsługę administracyjną (Milla, Fontaine, Kanzler, 2016);
- odliczenia podatkowe (*tax credits*) są podobne do refundacji – podstawą założenia jest zwrot procenta kwalifikowanych kosztów produkcji na podstawie przyjętych założeń. Jednak refundacja nie jest wypłacana ze środków specjalnego funduszu, ulga może zostać zastosowana, gdy producent wypełnia formularz podatkowy i wskazuje wszystkie swoje zobowiązania podatkowe jako firmy. Ulga wpływa na obniżenie wielkości podatku do zapłaty (*Film relief*, 2023, 10 listopada).

Zachęty w obszarze produkcji filmowej stały się kluczowym narzędziem polityki publicznej na arenie międzynarodowej. Programy te projektowane są z myślą o wsparciu i przyciągnięciu atrakcyjnych filmów do danego państwa czy regionu dzięki możliwości otrzymania zwrotu części poniesionych wydatków.

Polska Ustawa o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej

W Polsce system wsparcia produkcji audiowizualnej jest regulowany Ustawą o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*) oraz rozporządzeniami:

1. *Rozporządzeniem Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 11 lutego 2019 w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowanych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2019, poz. 309),*
2. *Rozporządzeniem Ministra Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu z dnia 23 grudnia 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowanych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2020 poz. 2376),*
3. *Rozporządzeniem Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 22 grudnia 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowanych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2021 poz. 2419).*

System oferuje zwrot poniesionych w Polsce kosztów produkcji w wysokości 30% polskich wydatków kwalifikowanych (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*). Operatorem systemu jest Polski Instytut Sztuki Filmowej. *Ustawa z dnia 31 marca 2020 r. o zmianie ustawy o szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem i zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. 2020 poz. 568)*, wprowadziła zmiany w treści ustawy z dnia 9 listopada 2018 r.

Dokumenty te określają „zasady, warunki oraz tryb przyznawania i rozliczania wsparcia finansowego” (art. 1, pkt 1, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

Celem przyznawania wsparcia finansowego jest:

- „1. poprawa warunków funkcjonowania rynku produkcji audiowizualnej;
2. stworzenie warunków do inwestowania zagranicznego kapitału w produkcje audiowizualne realizowane na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej;
3. stworzenie warunków do realizowanej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej współpracy między polskimi i zagranicznymi producentami audiowizualnymi;
4. zwiększenie aktywności polskich przedsiębiorców działających na rynku produkcji audiowizualnej;
5. podnoszenie międzynarodowej konkurencyjności polskich przedsiębiorców działających na rynku produkcji audiowizualnej;
6. zwiększenie wykorzystania potencjału technicznego produkcji audiowizualnej na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej;
7. wzmocnienie potencjału kreatywnego i zwiększenie poziomu profesjonalizmu przedstawicieli polskiego rynku produkcji audiowizualnej;
8. wspieranie trwałego rozwoju gospodarczego państwa i jego regionów przez stwarzanie warunków rozwoju sektorów kreatywnych;
9. rozwój kultury oraz promocja wizerunku Rzeczypospolitej Polskiej i polskiego dziedzictwa kulturowego na świecie” (art. 1, pkt 5, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

„Wsparcie finansowe obejmuje środki finansowe przyznawane przez Polski Instytut Sztuki Filmowej przedsiębiorcy w formie dofinansowania na pokrycie części polskich kosztów kwalifikowanych związanych z produkcją audiowizualną albo świadczeniem usługi na rzecz produkcji audiowizualnej” (art. 2 pkt 9, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

Zgodnie z art. 5 Ustawy o filmowym wspieraniu produkcji audiowizualnej z 2018 roku „przychodami Instytutu związanymi ze wsparciem finansowym są:

1. dotacje celowe z budżetu państwa przeznaczone na wsparcie finansowe;
2. przychody z opłat wnoszonych za rozpatrywanie wniosków o wsparcie finansowe;
3. środki finansowe pochodzenia zagranicznego;
4. inne środki finansowe, w tym spadki i darowizny” (*Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

Wypłata przez Instytut wsparcia finansowego pochodzącego z dotacji celowych, o których mowa w ust. 1 pkt 1, „następuje w terminie do dnia 31 grudnia roku, w którym je przyznano. Rozliczenie dotacji celowych, w tym zwrot dotacji celowych niewykorzystanych do końca roku, następuje w terminie do dnia 31 stycznia roku następującego po roku, w którym je przyznano” (art. 5, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

Mechanizm wsparcia w formie zachęt „zakłada, że bezpośrednimi beneficjentami nowego mechanizmu wsparcia finansowego będą przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą w zakresie produkcji audiowizualnej, będący producentami lub koproducentami utworów audiowizualnych, lub przedsiębiorcy wykonujący usługi na rzecz produkcji utworów audiowizualnych (art. 7), którzy ponoszą koszty realizacji produkcji danego utworu audiowizualnego w Polsce” (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada). Ustawa o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej obejmuje możliwość finansowania filmów fabularnych, jak i innych utworów audiowizualnych (w tym filmów dokumentalnych i animowanych oraz seriali).

Wsparcie przyznawane jest zatem automatycznie po spełnieniu przez wnioskodawcę wymaganych kryteriów ekonomicznych, prawnych i kulturowych, a nie – artystycznych.

Zgodnie z europejskim ustawodawstwem „za zgodną z rynkiem wewnętrznym może zostać uznana „pomoc przeznaczona na wspieranie kultury i zachowanie dziedzictwa kulturowego, o ile nie zmienia warunków wymiany handlowej i konkurencji w Unii w zakresie sprzecznym ze wspólnym interesem” (art. 107, pkt 3, lit. d, *Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej, C 202, 7.6.2016). „Aby uniknąć błędów przy kwalifikowaniu produktu jako kulturowego, każde państwo członkowskie wprowadza procedury, takie jak wybór wniosków przez jedną lub większą liczbę osób, którym powierzono dokonanie wyboru lub weryfikację poprzez odniesienie do szeregu z góry określonych kryteriów kulturalnych” (art. 54, pkt 2, *Rozporządzenie Komisji UE nr 651/2014...*). Istotnym elementem przyznania wsparcia jest test kwalifikacyjny, którego celem jest ocena, czy w danym utworze audiowizualnym spełnione są następujące kryteria kulturowe:

- wykorzystanie w utworze polskiego lub europejskiego dorobku kulturowego,
- umieszczenie akcji utworu na terytorium Polski,
- realizacja utworu na terytorium Polski,
- udział w produkcji polskich twórców, ekip i usługodawców,
- wykorzystanie polskiej infrastruktury filmowej (art. 16, pkt 4, lit. 1-5, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*).

Aby uzyskać wsparcie finansowe, niezbędne jest uzyskanie minimalnej liczby punktów w tekście kulturowym (min. 51% punktów), która uprawnia do wsparcia finansowego (art. 17, pkt 3, *Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku...*; *Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 22 grudnia 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowalnych, parametrów utworów*

audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej, Dz.U. 2021 poz. 2419).

Wysokość wsparcia finansowego, które przyznał Polski Instytut Sztuki Filmowej w latach 2019–2023, wynosi 470 751 986,01 zł (*Rejestr wsparcia finansowego...*, 2023, 10 listopada). Liczba przyznanych certyfikatów potwierdzających spełnienie kryteriów testu kwalifikacyjnego to 33 (w latach 2019–2023) na 351 podmiotów wnioskujących (*Rejestr wsparcia finansowego...*, 2023, 10 listopada).

Do najważniejszych zalet tego mechanizmu finansowania można zaliczyć:

- automatyczność procedur kwalifikujących projekt do przyznania wsparcia finansowego,
- transparentność procedur w tym obszarze,
- prostotę obsługi administracyjnej,
- zwrot z inwestycji
- zdolność do samofinansowania (*Uzasadnienie do projektu...*, 2023, 10 listopada).

Podsumowanie

Idea wspierania przedsiębiorców działających na rynkach przemysłów kreatywnych (film, architektura, gry wideo, design) poprzez zachęty finansowe, preferencje podatkowe czy inne instrumenty polityki publicznej jest powszechna w wielu krajach. Sektorowa polityka publiczna może być w tej sferze wykorzystana w celu kształtowania oczekiwanych postaw konsumentów względem kultury (np. pobudzanie czytelnictwa, podniesienie konkurencyjności danej branży), ale również, a może – przede wszystkim – do kształtowania konkurencyjnego środowiska danego sektora kreatywnego. Takie podejście umożliwia realizację różnorodnych celów w kulturze, ważnych z punktu widzenia różnych sektorów i reprezentowanych przez nie różnych wartości.

Przemysł filmowy jest przemysłem niezwykle dynamicznym i mobilnym (Murschetz, Teichmann, Karmasin, 2018), finansowanym częściowo ze środków publicznych, wśród których rozwiązania pośrednie (w formie zachęt finansowych) stanowią ważny instrument finansowania działań w branży filmowej. Wybór lokacji filmowej dyktują niejednokrotnie uwarunkowania ekonomiczne związane z tworzeniem systemu zachęt dla producentów filmowych na całym świecie. Zachęty finansowe są narzędziem wspierania produkcji filmowych dającym wyraźną przewagę w podejmowaniu decyzji o lokacji filmowej. Wsparcie finansowe dla sektora filmowego może wspierać potencjał produkcyjny państwa oraz rozwój infrastruktury, przyczyniać się do rozwoju turystyki filmowej i promowania kraju za granicą (*national branding*).

Literatura

References

- Bakker, G. (2008; 2023, 10 listopada). *The Economic History of the International Film Industry*, EH.Net Encyclopedia. Pozyskano z: <http://eh.net/encyclopedia/the-economic-history-of-the-international-film-industry/>
- Bradbury, J. Ch. (2000). Do movie production incentives generate economic development?. *Contemporary Economic Policy*, 38(2), 327–342. <https://doi.org/10.1111/coep.12443>
- Bondebjerg, I., Novrup Redvall E., Higson, A. (2015). *European cinema and television. Cultural policy and everyday life*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.

- Bordman, E. (2018). Finding 'Hollywood': Using State Film Incentive Programs to Select the Right Location for a Production. *Entertainment, Arts and Sports Law Journal*, 29(3), 40-46.
- Button, P. (2019). Do Tax Incentives Affect Business Location and Economic Development? Evidence from State Film Incentives. *Regional Science and Urban Economics*, 77, 315-339. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2019.06.002>
- Canarias ZEC (2023, 10 listopada). Pozyskano z: <https://canariaszec.com/>
- Chafubińska-Jantkiewicz, K., Kakarenko, K., Sobczak, J. (2020). *Prawo filmowe*. Warszawa: Wolters-Kluwer.
- Chartrand, H.H., McCaughey, C. (2010; 2023, 10 listopada). *The arm's length principle and the arts: an international perspective-past, present and future*. Pozyskano z: https://www.americansforthearts.org/sites/default/files/ArmsLengthArts_paper.pdf
- Christopherson, S., Righthor, N. (2010). The Creative Economy as 'Big Business'. Evaluating State Strategies to Lure Film Makers. *Journal of Planning Education and Research*, 29(3). 336-352. <https://doi.org/10.1177/0739456X09354381>
- Ciantar, C. (2015; 2023, 10 listopada). *Film finance in the European Union: Malta in perspective*. Pozyskano z <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/91040>
- Creative Economy. Report. (2008; 2023, 10 listopada). *The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-Making*. Nowy Jork-Genewa: UN-UNCTAD. Pozyskano z: <https://unctad.org/publication/creative-economy-report-2008-challenge-assessing-creative-economy-towards-informed>
- Creative Europe programme strands. (2023, 10 listopada). Pozyskano z: <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe>
- Fenwick, J. (2017). The Eady Levy. The envy of most other european nations. Runaway productions and the British Film Fund in the early 1960s. W: *The Routledge Companion to British Cinema History*, I.Q. Hunter, L. Porter, J. Smith (eds). Nowy York: Routledge.
- Film Relief. (2022; 2023, 10 listopada). Pozyskano z: <https://www.revenue.ie/en/companies-and-charities/reliefs-and-exemptions/film-relief/index.aspx>
- Global Film Production Incentives – A White Paper. (2019; 2023, 10 listopada). Olsberg SPI. Pozyskano z: <https://static1.squarespace.com/static/5f7708077cf66e15c7de89ee/t/602837e6b347b32cf0c7f4cd/1613248490949/Olsberg-SPI-Global-Incentives-White-Paper-Final-2019-06-04.pdf>
- Goto, K. (2017). Why Do Governments Financially Support the Creative Industries?. W: *Tax incentives for the creative industries*, S. Hemels, K. Goto (red.), Singapur: Springer.
- Grand, J. (2006). Motion Picture Tax Incentives: There's No Business Like Show Business. *State Tax Notes*, 791-803.
- Hemels, S., Goto, K. (2017). *Tax incentives for the creative industries*. Singapur: Springer.
- Kasprzak, R. (2013). *Przemysły kreatywne w Polsce. Uwarunkowania i perspektywy*. Warszawa: Kamon Consulting.
- Katz, S. (2005; 2023, 10 listopada). *The global success of production tax incentives and the migration of feature film production from the US to the World*. CEIDR. Pozyskano z: <https://www.yumpu.com/en/document/read/8452872/the-global-success-of-production-tax-incentives-and-the-ceidr>
- Malyshev, A. (2010). Financing Film Through Aggressive Tax Incentives. A Losing Propositions for the States?. *Media & Law Policy*, 19(2), 229-237.
- Milla, J.T., Fontaine, G., Kanzler, M. (2016; 2023, 10 listopada). *Public financing for film and television content. The state of soft money in Europe*. European Audiovisual Observatory. Pozyskano z: <https://rm.coe.int/public-financing-for-film-and-television-content-the-state-of-soft-mon/16808e46df>
- Murschetz, P.C., Teichmann, R., Karmasin, M. (2018). *Handbook for State Aid for Film. Finance, Industries and Regulation*. Cham: Springer.
- Olsberg, J., Barnes, A. (2014; 2023, 10 listopada). *Impact Analysis of Fiscal Incentive Schemes Supporting Film and Audiovisual Production in Europe*. European Audiovisual Observatory. Olsberg SPI.

- Pozyskano z: <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audio/16808e4506>
- Owens, M.F., Rennhoff, A.D. (2020). Motion picture production incentives and filming location decisions: a discrete choice approach. *Journal of Economic Geography*, 20(3), 679–707. <https://doi.org/10.1093/jeg/lby054>
- PISF. (2023, 10 listopada). *Zachęty. Informacje*. Pozyskano z: <https://pisf.pl/zachety-informacje/>
- Rejestr wydanych certyfikatów potwierdzających spełnienie kryteriów testu kwalifikacyjnego*. Aktualizacja z dnia 23.05.2023. (2023, 10 listopada). Pozyskano z: https://pisf.pl/wp-content/uploads/2023/05/REJESTR-CERTYFIKATOW_23.05.2023.pdf
- Rejestr wsparcia finansowego na podstawie Ustawy z dnia 9 listopada 2018 o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej*. Aktualizacja z dnia 31.10.2023 (2023, 10 listopada). Pozyskano z: https://pisf.pl/wp-content/uploads/2023/11/REJESTR-WSPARCIA-FINANSOWEGO_31.10.2023.pdf
- Steenblik, R.P. (1990; 2023, 10 listopada). *A subsidy primer*. Pozyskano z <http://www.globalsubsidies.org/subsidy-primer/> ASubsidyPrimer.php
- Swenson, C.W. (2017). Preliminary Evidence on Film Production and State Incentives. *Economic Development Quarterly*, 31, 65–80. <https://doi.org/10.1177/0891242416674807>
- Thom, M. (2018). Lights, Camera, but no Action? Tax and Economic Development Lessons from State Motion Picture Incentive Programs. *The American Review of Public Administration*, 48, 33–51. <https://doi.org/10.1177/0275074016651958>
- Use the Enterprise Investment Scheme (EIS) to raise money for your company*. (2023, 10 listopada). Pozyskano z: <https://www.gov.uk/guidance/venture-capital-schemes-apply-for-the-enterprise-investment-scheme>
- What Factors Influence the Effectiveness of Business Incentives? Key policy and economic questions can inform evaluations of costs and benefits*. (2019; 2023, 9 listopada). PEW Charitable Trusts. Pozyskano z: <https://www.pewtrusts.org/en/research-and-analysis/issue-briefs/2019/04/what-factors-influence-the-effectiveness-of-business-incentives>

Akty prawne

- Karta praw podstawowych Unii Europejskiej (Dz.U. UE, C326, 26.10.2012).
- Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 11 lutego 2019 w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowanych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2019, poz. 309).
- Rozporządzenie Ministra Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu z dnia 23 grudnia 2020 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowalnych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2020 poz. 2376).
- Rozporządzenie Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego z dnia 22 grudnia 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie szczegółowego wykazu polskich kosztów kwalifikowalnych, parametrów utworów audiowizualnych oraz dokumentów związanych z przyznawaniem wsparcia finansowego na produkcję audiowizualną przez Polski Instytut Sztuki Filmowej (Dz.U. 2021 poz. 2419).
- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz.U. UE, C 202, 7.06.2016).
- Ustawa z dnia 9 listopada 2018 roku o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej (Dz.U. 2019, poz. 50).
- Ustawa z dnia 30 czerwca 2005 r. o kinematografii (Dz.U. 2023 poz. 130).
- Uzasadnienie do projektu Ustawy o finansowym wspieraniu produkcji audiowizualnej. (2018, 2023, 10 listopada). Pozyskano z: <https://orka.sejm.gov.pl/Druki8ka.nsf/0/F8E0FC548DDCF046C12582F3002943C8/%24File/2794.pdf>

Katarzyna Kopeć, dr nauk o zarządzaniu, absolwentka zarządzania kulturą (Hochschule Zittau/Görlitz, Uniwersytet Jagielloński). Obecnie adiunkt w Instytucie Kultury UJ. Badawczo zajmuje

się m.in. polityką kulturalną, zwłaszcza społeczno-kulturowymi kontekstami finansowania kultury (monografie *Finansowanie kultury w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu*, *Rola publicznego finansowania w kształtowaniu rynku książki w Polsce*) oraz społeczno-ekonomicznym wpływem dziedzictwa kulturowego.

Katarzyna Kopeć, PhD in management sciences, graduate in cultural management (Hochschule Zittau/Görlitz, Jagiellonian University). She currently works as an assistant professor at the Institute of Culture of the Jagiellonian University. Her research interests include, among others: cultural policy, especially socio-cultural contexts of culture (books: *Financing culture within the framework of corporate social responsibility*, *Critical role in shaping the book market in Poland*) and the socio-economic use of cultural heritage.

Adres/Address:

Uniwersytet Jagielloński w Krakowie
Instytut Kultury
ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4
30-348 Kraków, Poland
e-mail: katarzyna.kopec@uj.edu.pl

Rafał Solecki

Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości, Kraków, Polska ■ Małopolska Centre for Entrepreneurship, Kraków, Poland

Rafał Kobis

Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości, Kraków, Polska ■ Małopolska Centre for Entrepreneurship, Kraków, Poland

Wpływ funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości – rola Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości w wykorzystaniu funduszy europejskich w województwie małopolskim

The impact of the EU funds on the development of entrepreneurship – The role of the Małopolska Entrepreneurship Center in the use of the EU funds in Małopolskie Voivodeship (Poland)

Streszczenie: Artykuł opisuje rolę Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości (MCP) w wykorzystywaniu funduszy unijnych w województwie małopolskim, na podstawie dwóch programów operacyjnych: Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego (MRPO) na lata 2007–2013 i Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego (RPO WM) na lata 2014–2020. W pierwszych latach swojej działalności MCP wdrażało część MRPO, wspierając inwestycje i innowacje mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP). W latach 2008–2015 ogłoszono łącznie 27 konkursów, w których wsparcie finansowe przekazane beneficjentom wyniosło 697 mln zł, dzięki czemu zostało utworzonych 3,5 tys. miejsc pracy i wprowadzono 2,6 tys. innowacji. Kolejny program – RPO WM – dotyczył dalszego rozwoju małopolskiej gospodarki przez wspieranie inwestycji oraz innowacji w kluczowych dla rozwoju regionalnego obszarach. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości przeprowadziło łącznie 108 naborów i przyznało w imieniu Zarządu Województwa 6 mld zł wsparcia, co pozwoliło na stworzenie nowych miejsc pracy, rozwijanie firm, dywersyfikację działalności gospodarczej, wsparcie innowacyjności i promowanie eksportu. Odpowiedzią województwa małopolskiego na skutki pandemii COVID-19 było uruchomienie programu Małopolska Tarcza Antykryzysowa, którego głównym celem było wspieranie MŚP w zachowaniu płynności finansowej i utrzymaniu miejsc pracy. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości wsparło w tym czasie ponad 8 tys. firm kwotą ponad 280 mln zł, co pozwoliło na utrzymanie ponad 30 tys. miejsc pracy. Artykuł podkreśla synergiczną rolę funduszy UE i instytucji publicznych w kształtowaniu lepszych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości. W artykule zastosowano zintegrowaną metodologię, która łączy w sobie podejście studium przypadku dotyczącego Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości z analizą danych statystycznych.

Abstract: This article describes the role of the Małopolska Centre for Entrepreneurship (Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości, MCP) in the use of EU funds in Małopolskie Voivodeship, focusing on two operational programs: Małopolska Regional Operational Program (MRPO) 2007–2013 and Regional Operational Programme for the Małopolska Region (RPO WM) 2014–2020. In the first years of its

activity, the MCP supervised the implementation of the Małopolska Regional Operational Program, supporting investments and innovations of micro, small and medium-sized enterprises (SMEs). In the years 2008–2015, 27 calls for proposals were announced. With the support of PLN 697 million, the program created 3.5 thousand jobs and supported 2.6 thousand innovations. The second operational program, the Regional Operational Programme for the Małopolska Region 2014–2020, focused on further developing Małopolskie Voivodeship's economy, supporting investments and innovations in the areas critical for regional development. The MCP conducted 108 calls for proposals, granting PLN 6 billion in support, which allowed for the creation of new jobs, development of companies, diversification of business activities, support for innovation and promotion of exports. The Małopolskie Voivodeship's response to the effects of the COVID-19 pandemic was the launch of the "Małopolska Anti-Crisis Shield", the main goal of which was to support SMEs in maintaining financial liquidity and jobs. During this time, the MCP supported over 8000 companies with over PLN 280 million, which allowed keeping over 30,000 jobs. The article emphasises the synergistic role of EU funds and public institutions in shaping better conditions for the development of entrepreneurship. The article utilizes a monitoring and evaluation methodology based on indicators, which is a standard practice in scientific research related to the assessment of projects and programs. The article uses an integrated methodology that combines the case study approach of the Małopolska Centre for Entrepreneurship with the analysis of statistical data.

Słowa kluczowe: fundusze europejskie; JST; Małopolska; przedsiębiorczość; rozwój regionalny

Keywords: entrepreneurship; EU funds; local government units; Małopolska Voivodeship; regional development

Otrzymano: 22 września 2023

Received: 22 September 2023

Zaakceptowano: 1 grudnia 2023

Accepted: 1 December 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Solecki, R., Kobis, R. (2023). Wpływ funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości – rola Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości w wykorzystywaniu funduszy europejskich w województwie małopolskim. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 19(2), 71–86. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.5>

Wstęp

Nie ma żadnych wątpliwości co do tego, że fundusze europejskie odgrywają dużą rolę w kształtowaniu i wspieraniu rozwoju przedsiębiorczości w różnych regionach Europy (Skica, Rodzinka, 2020). Środki te stanowią istotny czynnik napędzający innowacje, tworzenie nowych miejsc pracy oraz zrównoważony rozwój gospodarczy. Województwo małopolskie nie jest wyjątkiem w tej kwestii. Już od prawie 16 lat Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości (MCP) odgrywa kluczową rolę w zarządzaniu i monitorowaniu projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej, skierowanych na wsparcie lokalnej przedsiębiorczości. Odpowiadając na potrzeby dynamicznego środowiska gospodarczego regionu, MCP stało się jednym z głównych protagonistów transformacji gospodarczej regionu: inspiratorem inicjatyw przedsiębiorczych i finansowym inkubatorem innowacyjnych pomysłów. Niniejszy artykuł skupia się na analizie wpływu funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości w województwie małopolskim, dokonanej na podstawie doświadczeń i działań podejmowanych właśnie przez Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości.

Artykuł ten stanowi próbę zgłębienia mechanizmów, dzięki którym fundusze europejskie przyczyniły się do wzrostu przedsiębiorczości w Małopolsce. Poprzez analizę autorzy dążą do rzetelnego zrozumienia skali i charakteru wpływu funduszy europejskich na poprawę otoczenia biznesowego oraz zachęcanie do rozwoju innowacyjnych przedsiębiorstw w województwie małopolskim.

Celem tekstu jest nie tylko przedstawienie faktów i liczb, lecz również ukazanie szerszego kontekstu społeczno-gospodarczego, w którym fundusze europejskie były wdrażane, oraz sposobu tego wdrażania przez Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości, pełniące kluczową rolę pośrednika udzielającego wsparcia finansowego potrzebnego do realizacji projektów przedsiębiorców. Na podstawie przeglądu inicjatyw i projektów MCP oraz analizy wskaźników osiągniętych w wyniku ich realizacji w artykule zostaną wyciągnięte wnioski, które mogą okazać się przydatne dla innych regionów poszukujących skutecznych metod stymulowania rozwoju przedsiębiorczości poprzez wykorzystanie dostępnych środków finansowych.

Przegląd literatury

Pojęcie przedsiębiorczości jest bez wątpienia niejednoznaczne, zarówno w języku potocznym, jak i w języku naukowym. Jako obszar badawczy charakteryzuje się ono wyjątkową multidyscyplinarnością i interdyscyplinarnością, chociaż to nadal nauki ekonomiczne przeważają w jego zastosowaniach. Zdaniem K. Wacha (2015: 25–26), w literaturze nauk ekonomicznych można wyróżnić cztery podstawowe funkcje przedsiębiorczości:

1. przedsiębiorczość jako funkcja osobowości,
2. przedsiębiorczość jako funkcja czynności menadżerskich,
3. przedsiębiorczość jako funkcja indywidualnego przedsiębiorcy,
4. przedsiębiorczość jako funkcja rynku.

Spośród wymienionych funkcji przedsiębiorczości szczególnie istotna wydaje się ostatnia, czwarta funkcja, która skupia się na odpowiedzi na pytanie: „Co się dzieje, kiedy przedsiębiorcy działają?” (Stevenson, Jarillo, 1990: 18). To podejście koncentruje się na poszukiwaniu mierzalnych efektów przedsiębiorczości (Wach, 2015: 28). Innymi słowy, w tym kontekście przedsiębiorczość jest sprowadzona do funkcji sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) oraz analizy ich wpływu na kluczowe wskaźniki gospodarcze, takie jak choćby: produkt krajowy brutto (PKB), stopa innowacyjności czy wzrost zatrudnienia.

Z tej perspektywy przedsiębiorczość staje się funkcją o mierzalnych konsekwencjach, co w kontekście analizy wpływu funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości w Małopolsce ma szczególne znaczenie. Dzięki takiej interpretacji można precyzyjniej zbadać rezultaty projektów finansowanych z funduszy UE i ocenić ich efektywność w przełożeniu na realne wskaźniki ekonomiczne i społeczne.

Jak wskazuje A. Komor (2016: 301–302), na rozwój gospodarczy danego regionu, w tym na występujący w nim poziom przedsiębiorczości, wpływ ma obecność prawidłowo funkcjonujących instytucji tworzących infrastrukturę wsparcia przedsiębiorczości. Wśród nich autorka wymienia m.in. inkubatory (przedsiębiorczości i technologiczne), parki (technologiczne, naukowo-badawcze, przemysłowe, inwestycyjne), ośrodki szkoleniowo-doradcze, centra transferu technologii, instytucje finansowe (np. lokalne fundusze pożyczkowe, fundusze poręczeń kredytowych), izby gospodarcze, stowarzyszenia oraz agencje rozwoju.

Należy również zwrócić uwagę na kluczową rolę instytucji publicznych, w tym zwłaszcza jednostek samorządu terytorialnego (JTS), które wspólnie z wymienionymi wcześniej podmiotami tworzą kompleksową infrastrukturę instytucjonalną wspierającą rozwój przedsiębiorczości. Współpraca tych instytucji może mieć istotny wpływ na kształtowanie otoczenia biznesowego, tworzenie korzystnych warunków dla przedsiębiorców oraz stymulowanie działań innowacyjnych.

Przewaga JST nad pozostałymi instytucjami wspierającymi przedsiębiorczość wywodzi się z możliwości korzystania przez nie z różnorodnych narzędzi, które mają na celu kształtowanie optymalnych warunków dla istniejących już podmiotów gospodarczych oraz dla tych, które dopiero powstają (Walczak, Żołądkiewicz, 2015: 398; Żero, 2019: 123). Jednostki samorządu terytorialnego mają unikalne uprawnienia i kompetencje, które pozwalają im aktywnie działać na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Zdolność JST do reagowania na zróżnicowane wyzwania, przed którymi stają przedsiębiorcy na różnych etapach działalności – od startu, przez rozwój, aż po sytuacje kryzysowe – czyni je kluczowymi partnerami w inicjowaniu i wdrażaniu strategii rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. Działania podejmowane przez jednostki samorządu terytorialnego wykazują znaczący wpływ na kształtowanie konkurencyjności regionu, tworzenie miejsc pracy oraz promowanie innowacyjności.

W wyniku procesu decentralizacji administracji publicznej w Polsce samorządy terytorialne zdobyły większą autonomię w podejmowaniu decyzji oraz zarządzaniu sprawami lokalnymi. Ich odpowiedzialność przestała ograniczać się jedynie do dostarczania usług publicznych, stała się także polem aktywnego zaangażowania w stymulowanie rozwoju na poziomie lokalnym i regionalnym. W rezultacie kwestie związane z gospodarką stały się centralnym elementem strategii realizowanych przez te samorządy.

Z perspektywy ostatnich lat można powiedzieć, że o ile reforma samorządowa wdrożona w roku 1999 konstytuowała województwa jako podmioty eksperckie, o tyle przystąpienie Polski do Unii Europejskiej dodatkowo nadało im znaczenie pod względem finansowym (Sabal, 2019: 93). Te dwie składowe – fachowa wiedza oraz dostęp do środków finansowych – łączą się nierozdzielnie. Konieczne zatem stało się opracowanie odpowiednich procedur i dostosowanie istniejących instytucji do efektywnego systemu alokowania funduszy pochodzących z Unii Europejskiej w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych.

Na poziomie regionalnym wsparcie dla sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw realizowane jest poprzez działalność regionalnych instytucji finansujących, które działają w każdym z województw (Łęczycka, 2020: 130). Głównym zadaniem tych instytucji jest zarządzanie programami regionalnymi, które umożliwiają lokalnym przedsiębiorcom dostęp do funduszy i inicjatyw służących wspieraniu ich rozwoju. Znakomitymi przykładami takich programów jest Małopolski Regionalny Program Operacyjny (MRP) na lata 2007–2013 i Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego (RPO WM) na lata 2014–2020.

W kontekście badania wpływu funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości, wybór województwa małopolskiego jako obszaru analizy jest szczególnie uzasadniony. Zgodnie z raportem OECD (2019), Małopolska wykazuje się imponującym dynamizmem w zakresie przedsiębiorczości i innowacji, co czyni ją wyjątkowym regionem w skali Polski. Region ten, z Krakowem jako głównym ośrodkiem miejskim i gospodarczym, zanotował w roku 2016 ponad 31 000 nowych rejestracji firm (więcej niż średnia krajowa), co implikuje obecność silnego ducha przedsiębiorczego oraz korzystnych warunków dla działalności

biznesowej. Ponadto województwo małopolskie charakteryzuje się istotną pozycją w dziedzinie badań i rozwoju: zajmuje drugie miejsce w Polsce pod względem nakładów na B+R oraz liczby pracowników zatrudnionych w tej branży. Ten fakt, w połączeniu z rosnącym zainteresowaniem ze strony inwestorów krajowych i międzynarodowych, sprzyja dalszemu rozwojowi oraz dywersyfikacji gospodarczej. Wykorzystując strategiczne położenie i dostęp do wykwalifikowanej kadry, województwo małopolskie staje się atrakcyjnym miejscem dla rozwoju zarówno istniejących przedsiębiorstw, jak i nowych inicjatyw biznesowych, co sprzyja jednocześnie rozwojowi tradycyjnych branż przemysłowych oraz nowych sektorów gospodarki.

Metodologia

W artykule zastosowano zintegrowaną metodologię, która łączy w sobie podejście studium przypadku Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości z analizą danych statystycznych. Połączenie tych dwóch technik badawczych pozwoliło na zrozumienie i kompleksową ocenę sposobu, w jaki MCP zarządza funduszami europejskimi, oraz efektu tych działań w kontekście rozwoju przedsiębiorczości w regionie. Analiza skupiła się na dwóch kluczowych okresach programowych 2007–2013 (Małopolski Regionalny Program Operacyjny) oraz 2014–2020 (Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego), które stanowiły ramy czasowe dla działań MCP.

W ramach tego podejścia przeprowadzono obszerną i gruntowną analizę różnorodnej dokumentacji projektowej. W skład tej dokumentacji wchodziły raporty, takie jak *Sprawozdanie końcowe z realizacji Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007–2013*. Ten raport stanowił istotne źródło informacji dotyczących wcześniejszych działań i osiągnięć, które miały miejsce w regionie w kontekście funduszy europejskich. Ponadto przeanalizowano również dokumenty programowe, w tym *Szczegółowy opis osi priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020*. Ten dokument zawiera kluczowe wytyczne i cele, które instytucje wdrażające, w tym MCP, miały realizować w określonym czasie.

Dodatkowo analiza opierała się na danych statystycznych, które były systematycznie zbierane przez MCP. Te dane były niezwykle istotne, ponieważ dostarczyły obiektywnych informacji na temat efektywności i wyników działań podejmowanych przez MCP. Ich analiza pozwoliła na ocenę osiągnięć oraz identyfikację obszarów, które mogą wymagać dalszych działań lub usprawnień.

Dokładne przeanalizowanie dokumentacji i danych statystycznych pozwoliło na identyfikację mocnych stron oraz obszarów do dalszego rozwoju działalności Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości. Głównym celem tej analizy było precyzyjne oszacowanie wpływu MCP na rozwój przedsiębiorczości w województwie małopolskim oraz ocenienie, jak MCP przyczyniło się do poprawy warunków dla przedsiębiorców, wsparcia inicjatyw biznesowych oraz tworzenia nowych miejsc pracy w regionie.

Tak przeprowadzone badania pozwoliły na szczegółowe zrozumienie specyfiki działania MCP i obiektywny osąd efektywności realizowanych przez nie programów. Uzyskano obszerny wgląd w sposób, w który MCP wykorzystuje fundusze europejskie, wyodrębniło główne czynniki sukcesu, a także stojące przed Centrum wyzwania oraz perspektywy dalszego rozwoju i podnoszenia skuteczności działań.

Efekty działań realizowanych przez Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości

Prawidłowy przebieg procesu monitorowania pozwala na bieżąco śledzić postęp finansowy i rzeczowy programu operacyjnego, odpowiednio wcześniej reagować na występujące trudności oraz pozyskiwać dane niezbędne w procesie ewaluacji, co przyczynia się w konsekwencji do zapewnienia odpowiedniej jakości wdrażania. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości w imieniu Samorządu Województwa Małopolskiego od 16 lat nadzoruje realizację i rozliczanie projektów dofinansowanych ze środków UE, stawiając na budowanie silnego partnerstwa między przedsiębiorcami a światem nauki.

Małopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007–2013

W latach 2007–2013 najważniejszym programem finansowanym ze środków europejskich na terenie województwa małopolskiego był Małopolski Regionalny Program Operacyjny. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości pełniło w nim funkcję tzw. Instytucji Wdrażającej dla II Osi Priorytetowej MRPO pn. „Gospodarka regionalnej szansy”. Celem tej osi było zwiększenie atrakcyjności regionu pod względem inwestycji i zatrudnienia oraz poprawa poziomu wiedzy i innowacyjności w przedsiębiorstwach. Realizacja tych celów polegała na bezzwrotnym dofinansowaniu przedsięwzięć w dwóch głównych obszarach:

- bezpośredniego wsparcia inwestycyjnego sektora MŚP, a także wzmocnienia ich otoczenia instytucjonalnego,
- wsparcia komercjalizacji badań naukowych.

Na realizację II Osi MRPO przeznaczono łącznie 163 708 698 euro. W latach 2008–2015 MCP ogłosiło 27 konkursów, w których złożono 4 055 wniosków o dofinansowanie na łączną kwotę dofinansowania wynoszącą 1 519 419 407 zł.

Należy podkreślić, że suma zgłoszonych wniosków o dofinansowanie w ramach II Osi Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego znacząco przekroczyła początkowo ustaloną alokację środków i osiągnęła niemal podwójną wartość tej alokacji. Trzeba także zaznaczyć, że osiągnięte wskaźniki świadczą o dużym zainteresowaniu i aktywności beneficjentów w województwie małopolskim oraz o wysokim stopniu efektywności i zaangażowania w procesie alokacji i rozdysponowywania środków unijnych w ramach Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na badanej osi priorytetowej.

Ten fakt wskazuje na znaczący poziom zainteresowania programem oraz na duże zapotrzebowanie na finansowanie projektów i przedsięwzięć w województwie małopolskim. Jednocześnie sugeruje on, że istniała znacząca potrzeba inwestycji i wsparcia w zakresie rozwoju gospodarczego i innowacji w tym regionie. Przekroczenie alokacji środków może być interpretowane jako wyraz chęci i gotowości beneficjentów do zaangażowania się w rozwijanie swoich przedsięwzięć przy wsparciu środków unijnych dostępnych w ramach MRPO.

W wyniku przeprowadzonych naborów ostatecznie zrealizowano 1 781 projektów, o wartości dofinansowania ze środków UE wynoszącej 697 816 321 zł, co stanowiło niemal dokładnie 100% dostępnej alokacji środków przeznaczonych na realizację tej konkretnej osi priorytetowej. To oznacza, że wszystkie dostępne środki unijne przeznaczone na tę część MRPO zostały efektywnie wykorzystane i zaalokowane na projekty oraz przedsięwzięcia zgodnie z celami i priorytetami określonymi w ramach tego programu. Procentowa zgodność alokacji środków wskazuje na skuteczność i efektywność procesu selekcji projektów oraz na zaangażowanie beneficjentów w ich realizację.

Środki finansowe kierowane były głównie do przedsiębiorców z sektora MŚP, realizujących projekty inwestycyjne, badawcze, wdrażających wyniki prac B+R, tworzących powiązania kooperacyjne. Wsparcie otrzymywały także instytucje otoczenia biznesu świadczące usługi dla przedsiębiorców.

Realizacja II Osi MRPO w perspektywie finansowej 2007–2013 miała na celu stworzenie korzystnych warunków dla wzrostu gospodarczego oraz tworzenia nowych miejsc pracy w regionie małopolskim. Dzięki finansowaniu z MRPO małopolskie firmy stworzyły ok. 3,5 tys. nowych miejsc pracy. Dodatkowo wprowadzono na rynek 2,5 tys. nowych usług oraz ponad 2,6 tys. nowych produktów i technologii. To świadczy o istotnym wkładzie programu w rozwijanie innowacyjności w regionie.

Wdrożono także ok. 1,2 tys. rozwiązań innowacyjnych w firmach, co oznaczało wprowadzenie nowych lub znacząco ulepszonych produktów, usług, procesów czy też nowych metod produkcji i organizacji pracy. Te innowacje przekładały się na rzeczywiste korzyści dla przedsiębiorców, takie jak zdobycie nowych klientów, rozszerzenie rynków zbytu oraz nawiązanie nowych kontraktów. Inwestycje realizowane przez firmy wspierane przez MRPO w latach 2007–2015 przyczyniły się także do powstania ponad tysiąca innowacyjnych rozwiązań, które były rozwijane w zakładach produkcyjnych i usługowych na terenie Małopolski. To dowodzi wpływu programu na rozwijanie innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw w regionie.

Tabela 1. Rezultaty uzyskane w ramach II Osi Priorytetowej MRPO 2007–2013

Wskaźnik	Rezultat
Liczba utworzonych miejsc pracy	3 466
Liczba nowych produktów i technologii wprowadzonych na rynek	2 615
Liczba nowych usług świadczonych przez MŚP	2 517
Liczba MŚP, które wdrożyły innowacje	1 244
Liczba przedsiębiorstw wspartych przez Instytucje Otoczenia Biznesu	1 259
Liczba mikroprzedsiębiorstw, które w wyniku wsparcia stały się małymi przedsiębiorstwami	49
Liczba udzielonych pożyczek i poręczeń	2 501

Źródło: opracowanie własne na podstawie Sprawozdanie końcowego z realizacji Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007–2013

Podsumowując, Małopolski Regionalny Program Operacyjny był kluczowym narzędziem wspierającym rozwój gospodarczy i innowacje w województwie małopolskim w latach 2007–2013. Dzięki efektywnemu zarządzaniu i znacznemu zainteresowaniu ze strony beneficjentów, program przyczynił się do utworzenia nowych miejsc pracy, wprowadzenia innowacji oraz podniesienia konkurencyjności przedsiębiorstw w regionie. Jego realizacja była istotnym krokiem w kierunku zwiększenia atrakcyjności regionu pod względem inwestycji oraz zatrudnienia.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020

Od roku 2014 MCP kontynuowało swoją działalność w obszarze wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020. W porównaniu z okresem 2007–2013, w którym MCP działało głównie w obszarze wsparcia

przedsiębiorczości, teraz jego rola została poszerzona o obszary związane z polityką społeczną, edukacją oraz efektywnością energetyczną przedsiębiorstw. Istotnym aspektem tego rozszerzenia była także znacznie większa dostępność środków finansowych – była to kwota ok. 884 mln euro, co stanowiło ponad pięciokrotny wzrost w porównaniu z okresem 2007–2013. Warto zaznaczyć, że niemal połowa tych środków została przeznaczona na rozwijanie przedsiębiorczości, zwłaszcza w kontekście podniesienia poziomu innowacyjności firm w regionie małopolskim. Ten kierunek działań stanowił ważny element strategii rozwoju regionu i miał na celu zwiększenie konkurencyjności oraz potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw w Małopolsce.

Rozszerzenie zakresu działania MCP odzwierciedlało rosnącą kompleksowość działań w zakresie rozwoju regionalnego. To świadczy o dążeniu regionu do bardziej zrównoważonego i wszechstronnego rozwoju, uwzględniającego różnorodne aspekty gospodarcze, społeczne i środowiskowe.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego stawiał na rozwój potencjału innowacyjnego i międzynarodowego małopolskiego sektora MŚP. Wybór obszarów kluczowych dla gospodarczego rozwoju regionu był jednym z warunków koniecznych do uruchomienia funduszy europejskich w ramach perspektywy finansowej 2014–2020. Główne kierunki wzrostu małopolskiej gospodarki wynikają z *Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego 2020*. Do atrakcyjnych dla inwestorów obszarów, w których Małopolska się specjalizuje, zaliczono:

1. Nauki o życiu (life science): obszar ten obejmuje dziedziny związane z biotechnologią, medycyną, farmakologią i inne, które mają duży potencjał do tworzenia nowoczesnych rozwiązań medycznych i farmaceutycznych.
2. Zrównoważona energia: obszar ten koncentrował się na rozwijaniu źródeł energii odnawialnej oraz efektywności energetycznej, co miało istotne znaczenie w kontekście globalnych wyzwań związanych ze zmianami klimatycznymi.
3. Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT): obszar ten obejmował rozwijanie sektora technologii informacyjnych i komunikacyjnych, co stanowiło kluczowy czynnik w rozwoju innowacyjności i konkurencyjności gospodarki.
4. Chemia: obszar ten skupiał się na rozwoju przemysłu chemicznego, który miał potencjał tworzenia zaawansowanych produktów i rozwiązań.
5. Produkcja metali i wyrobów metalowych oraz wyrobów z mineralnych surowców niemetalicznych: obszar ten dotyczył sektorów związanych z produkcją metali oraz materiałów budowlanych, które stanowiły istotne gałęzie przemysłu w regionie.
6. Elektrotechnika i przemysł maszynowy: obszar ten koncentrował się na produkcji urządzeń elektronicznych i maszyn, które miały duże znaczenie dla przemysłu.
7. Przemysły kreatywne i czasu wolnego: obszar ten obejmował sektory związane z rozrywką, kulturą, designem, które również miały potencjał rozwojowy.

Projekty, które otrzymały bezzwrotne dofinansowanie w zakresie działalności B+R, musiały się wpisywać w te kluczowe dla rozwoju naszego województwa dziedziny.

Choć program różnił się od poprzedniego koniecznością uwzględnienia regionalnych inteligentnych specjalizacji, to jednak stanowił dopełnienie i pogłębienie zmian, które nastąpiły w wyniku wdrażania funduszy europejskich w perspektywie 2007–2013. Skala wsparcia w Małopolsce w latach 2014–2020 była jednak znacznie większa niż w poprzedniej perspektywie finansowej.

W ramach RPO WM Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości ogłosiło łącznie 108 naborów projektów. W wyniku tych naborów złożono imponującą liczbę prawie 5,3 tys. wniosków o dofinansowanie, o łącznej wartości wnioskowanej pomocy przekraczającej 8 mld zł.

Po przeprowadzeniu procesu oceny i wyboru projektów do dofinansowania zostało wybranych ponad 2,7 tys. wniosków o dofinansowanie, których łączna wartość sięgnęła niemal 4,8 mld zł.

Finalnie zawarto ponad 2,5 tys. umów o dofinansowanie projektów, których łączna wartość wyniosła ponad 6 mld zł, przy dofinansowaniu środkami unijnymi i pochodzącymi z budżetu państwowego wynoszącym 4,5 mld zł. Te liczby odzwierciedlają ogromne zaangażowanie MCP i władz województwa w realizację RPO WM oraz wciąż duże zapotrzebowanie na wsparcie finansowe w regionie.

Pobudzanie popytu na innowacje oraz wzmacnianie więzi kooperacyjnych między nauką a biznesem było priorytetem władz województwa podczas tworzenia RPO WM. Środki przewidziane w programie wspierały przedsiębiorczość w regionie w dwojaki sposób: z jednej strony bezpośrednio – np. na badania i rozwój firm (przeznaczono na ten cel 166 mln euro), z drugiej strony pośrednio – przykładem są projekty rozwijające infrastrukturę B+R w sektorze nauki (24 mln euro), uzupełniające potencjał infrastrukturalny instytucji otoczenia biznesu, rozwijające centra transferu wiedzy (6,5 mln euro).

Dofinansowanie otrzymały również projekty z zakresu rozwoju stref aktywności gospodarczej, promocji postaw przedsiębiorczości i potencjału instytucji otoczenia biznesu. Podejmowane były też działania na rzecz umiędzynarodowienia małopolskiej gospodarki. Przedsiębiorstwa mogły także starać się o dotacje i pożyczki na inwestycje. Łącznie na te działania przeznaczono 291 mln euro.

Dla sektora MŚP przeznaczono również 23,7 mln euro na wspieranie proekologicznych rozwiązań, w tym w zakresie poprawy efektywności energetycznej przedsiębiorstw oraz wykorzystania w nich OZE, czyli odnawialnych źródeł energii. Działania te były zgodne z koncepcją zrównoważonego rozwoju, co miało na celu równoczesne promowanie wzrostu gospodarczego i ochrony środowiska naturalnego. Dzięki wspieraniu przedsiębiorstw w dążeniu do bardziej ekologicznych rozwiązań RPO WM przyczyniał się do tworzenia bardziej zrównoważonej i przyjaznej dla środowiska gospodarki w województwie małopolskim. Ponadto, takie działania mogły przynosić korzyści w dłuższej perspektywie przez zmniejszenie kosztów związanych z energią i zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstw.

Podejmowane przez MCP w ramach RPO WM działania przyniosły konkretne efekty. Zawarto umowy, wg których wsparcie otrzymało niemal 15 tys. przedsiębiorstw, z czego prawie 7 tys. przedsiębiorstw otrzymało wsparcie niefinansowe lub finansowe inne niż dotacje. Ze wsparcia „szytego na miarę”, zaprojektowanego tak, aby stanowić odpowiedź na potrzeby rozwojowe danej firmy, skorzystało już ponad 13 tys. przedsiębiorstw. Przy wykorzystaniu wspartej infrastruktury badawczej zrealizowanych zostanie ponad 450 projektów B+R. Do tej pory zrealizowano ich już ponad 100. Sukcesem dla prawie 350 firm będzie także zacieśnienie współpracy z jednostkami naukowo-badawczymi. Obecnie już ponad 300 przedsiębiorców współpracuje z ośrodkami badawczymi. Wdrożono już też ok. 120 wyników prac B+R. Docelowo zostanie ich zaimplementowanych ponad 330. Również ponad 540 przedsiębiorstw wprowadzi produkty nowe dla firmy i/lub dla rynku. Dzięki realizacji projektów stworzono ponad 250 etatów dla nowych naukowców. Docelowo realizacja projektów przyczyni się do powstania 427 etatów dla nowej kadry

naukowej. W ramach realizowanych do tej pory projektów wprowadzono już ok. 1150 innowacji, z czego najwięcej w zakresie projektów badawczo-rozwojowych – ok. 820. Docelowo wdrożonych zostanie prawie 1400 innowacji (1600 w ramach projektów B+R). Dotychczas ponad 795,5 mln zł inwestycji prywatnych uzupełniło wsparcie publiczne dla przedsiębiorstw. W ramach badań i innowacji w przedsiębiorstwach ta wartość wyniosła ok. 330 mln zł. Docelowo inwestycje prywatne przekroczą 1 mld PLN, z czego same inwestycje w B+R to ponad 580 mln zł.

Bardzo dobrze prezentują się także efekty realizacji działań ukierunkowanych na zwiększenie promocji międzynarodowej MŚP. Małopolscy przedsiębiorcy nawiązali ponad 23,4 tys. kontaktów biznesowych, podpisano prawie 3 tys. zagranicznych kontraktów handlowych. Dzięki wsparciu ze środków UE małopolskie firmy mogą podbijać rynki międzynarodowe, uczestnicząc w wielu targach i konferencjach, głównie w Europie i Azji. Z dalszych kierunków wybierają promocję na rynkach w Ameryce Północnej (USA, Meksyk), Ameryce Południowej (Brazylia, Kolumbia), Afryce (RPA) oraz w Australii.

Tabela 2. Najważniejsze rezultaty RPO WM 2014–2020 w zakresie wsparcia przedsiębiorstw

Wskaźnik	Rezultat
Liczba przedsiębiorstw, które otrzymały wsparcie	13 431
Liczba wdrożonych innowacji produktowych, procesowych i nietechnologicznych	1 146
Liczba nawiązanych kontaktów biznesowych	23 401
Liczba podpisanych zagranicznych kontaktów handlowych	2 912

Źródło: opracowanie własne na podstawie informacji kwartalnej z realizacji RPO WM 2014–2020 za II kwartał 2023

Mając na uwadze powyższe, można powiedzieć, że okres realizacji RPO WM był okresem znaczącego rozwoju i wsparcia dla przedsiębiorczości oraz innowacyjności w Małopolsce (Solecki, Kobis, 2023: 109). Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości odegrało kluczową rolę w realizacji tego programu, co zaowocowało konkretnymi efektami i znaczącym wkładem w rozwijanie gospodarki regionu.

„Małopolska Tarcza Antykryzysowa – pakiet przedsiębiorczość”

„Małopolska Tarcza Antykryzysowa – pakiet przedsiębiorczość” był projektem grantowym realizowanym w ramach działań Zarządu Województwa Małopolskiego mających na celu wsparcie małopolskich MŚP w okresie trudności finansowych spowodowanych pandemią COVID-19. Głównym narzędziem w ramach tego pakietu był projekt „Bony rekompensacyjne”, a jego celem było zapewnienie wsparcia przedsiębiorcom w utrzymaniu płynności finansowej oraz zachowaniu miejsc pracy.

Główne założenie projektu polegało na przyznawaniu bezzwrotnych grantów przedsiębiorcom, którzy doświadczali trudności finansowych związanych z pandemią lub którzy odnotowali pogorszenie swojej sytuacji finansowej z powodu pandemii. Granty miały pomóc przedsiębiorcom w utrzymaniu płynności finansowej, a także w zachowaniu zadeklarowanej liczby miejsc prac.

Realizując projekt grantowy, MCP przeprowadziło 2 nabory wniosków:

1. pierwszy nabór dla przedsiębiorców zatrudniających pracowników – z alokacją 247 086 000 zł, przeprowadzony w dniu 7 maja 2020. Pierwotnie zakładano, iż w naborze

dostępnych będzie 198 197 323,13 zł, lecz ze względu na dużą liczbę wniosków, które znalazły się na liście rezerwowej, Zarząd Województwa Małopolskiego podjął decyzję o zwiększeniu kwoty;

2. drugi nabór skierowany do osób samozatrudnionych – z alokacją 33 291 000 zł, przeprowadzony w dniu 31 sierpnia. Pierwotnie zakładano, iż w naborze dostępnych będzie 16 mln zł, lecz ze względu na potrzeby zgłaszane przez przedsiębiorców Zarząd Województwa Małopolskiego podjął decyzję o zwiększeniu kwoty dostępnych środków.

Łączna kwota przeznaczona przez władze województwa na pomoc dla małopolskich przedsiębiorców w ramach „Pakietu przedsiębiorczość” wyniosła zatem ok. 280 mln zł i przeznaczona była dla 8 040 mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw (liczba zawartych umów). Aktualna liczba przedsiębiorstw, które otrzymały wsparcie, to 8 024, gdyż w I naborze rozwiązanych zostało 16 umów. Projekty te ukierunkowane były na utrzymanie w zatrudnieniu 30 902 etatów (3 650 samozatrudnionych i 27 252 pracowników MŚP).

Rola Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości w skutecznej realizacji znaczącego wsparcia dla przedsiębiorców, którzy ucierpieli w wyniku skutków pandemii, była kluczowa i niepodważalna. Działania MCP pomogły utrzymać 30 902 etaty, co obejmowało zarówno samozatrudnionych, jak i pracowników MŚP. To dowodzi, że MCP potrafiło dostosować się do dynamicznie zmieniającej się sytuacji i skutecznie reagować na wyzwania związane z kryzysem. Wsparcie to miało istotny wpływ na ochronę miejsc pracy oraz stabilizację lokalnej gospodarki, co stanowiło kluczowy element walki z negatywnymi skutkami pandemii.

Dyskusja

W tej części artykułu omówiono kluczowe aspekty związane z wynikami badań nad wpływem środków publicznych na rozwój regionalny i lokalny oraz efektami działań realizowanych przez Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości w ramach programów operacyjnych na lata 2007–2013 i 2014–2020. Wnioski płynące z przeprowadzonych analiz pozwalają na lepsze zrozumienie roli funduszy unijnych w kreowaniu rozwoju regionalnego oraz skuteczności działań instytucji takich jak MCP.

Wpływ środków publicznych na rozwój regionalny i lokalny jest kwestią istotną z punktu widzenia strategii rozwoju regionów i kraju jako całości. Badania i analizy przeprowadzone w literaturze przedmiotu (Spychała, J., Spychała, M., 2021), potwierdzają, że odpowiednio ukierunkowane inwestycje i wsparcie finansowe mogą przyczynić się do wzrostu gospodarczego, stymulowania innowacji, tworzenia miejsc pracy oraz doskonalenia infrastruktury w danym regionie. Wyniki badań nad wpływem funduszy unijnych na rozwój regionalny wskazują na pozytywne efekty tych działań, zwłaszcza w przypadku projektów związanych z sektorem MŚP, badaniami naukowymi i rozwojem technologicznym. Warto podkreślić, że monitorowanie i ocena efektów tych działań są niezbędne dla skutecznego wykorzystania środków publicznych i doskonalenia procesu alokacji funduszy.

Regulacje i wytyczne dotyczące monitorowania projektów, takie jak *Wspólna Lista Wskaźników Kluczowych 2014–2020*, stanowią ważny element zarządzania programami operacyjnymi. Wskaźniki produktu i rezultatu, jako narzędzia monitorowania, pozwalają na precyzyjne określenie stopnia realizacji celów projektu oraz pomagają weryfikować efekty działań. Wnioskodawcy zobowiązani są do prezentowania tych wskaźników, co umożliwia transparentne ocenianie projektów i ich wpływu na rozwój regionalny.

Analizując wyniki działań MCP w ramach programów operacyjnych na lata 2007–2013 oraz 2014–2020, można zauważyć znaczący wpływ tych działań na rozwój gospodarczy i innowacyjność Małopolski. Przede wszystkim, programy te przyczyniły się do tworzenia nowych miejsc pracy, wprowadzenia na rynek nowych produktów i technologii, a także do rozwoju innowacyjności w regionie. Skuteczność alokacji środków publicznych wskazuje na duże zainteresowanie i aktywność beneficjentów w regionie, co jest pozytywnym sygnałem dla rozwoju lokalnej przedsiębiorczości.

Należy również zwrócić uwagę na fakt, że realizacja programów operacyjnych w latach 2007–2013 i 2014–2020 była zgodna z priorytetami rozwoju województwa i uwzględniała kluczowe obszary, takie jak nauki o życiu, zrównoważona energia, ICT oraz inne. Wspieranie projektów specjalizujących się w tych sektorach przyczyniło się do wzrostu konkurencyjności regionu na arenie krajowej i międzynarodowej.

Warto również podkreślić, że efekty działań MCP są mierzalne i widoczne zarówno w aspekcie ilościowym, jak i jakościowym. Liczba wniosków o dofinansowanie, liczba zrealizowanych projektów, wprowadzone innowacje oraz liczba nowych miejsc pracy to konkretne wskaźniki sukcesu. Ponadto, współpraca z instytucjami naukowymi i wprowadzanie rozwiązań opartych na badaniach naukowych stanowią ważne elementy wspierające rozwój technologiczny regionu.

Jak wskazują M.J. Piątkowski i M. Urbaniec w kontekście dwóch analizowanych programów operacyjnych „obserwuje się jakościową zmianę w zakresie zgłaszanych projektów. Ograniczenie dotacji na proste projekty rozwojowe ma pozytywny skutek w postaci przedstawianych do oceny projektów badawczo-rozwojowych oraz o wysokim potencjale innowacyjności. Ta jakościowa zmiana powinna przełożyć się na szybszy wzrost innowacyjności polskich przedsiębiorstw” (Piątkowski, Urbaniec, 2023: 10).

Projekt „Małopolska Tarcza Antykryzysowa – pakiet przedsiębiorczość” stanowił ważny element odpowiedzi władz województwa na kryzys wywołany pandemią COVID-19. Jednym z głównych celów tego projektu było wsparcie przedsiębiorców w zachowaniu płynności finansowej i miejsc pracy w obliczu trudności ekonomicznych. Dyskusja wokół tego projektu koncentruje się na kilku kluczowych kwestiach.

Po pierwsze, skala projektu była znacząca, ponieważ dostępne środki wyniosły około 280 mln zł, co pozwoliło wesprzeć ponad 8 tys. przedsiębiorstw. Decyzja o zwiększeniu dostępnych środków była trafnym posunięciem, biorąc pod uwagę duże zainteresowanie przedsiębiorców projektem. Wsparcie obejmowało różne branże i przedsiębiorstwa o różnej skali, co pozwoliło na zróżnicowaną reakcję na potrzeby lokalnej gospodarki.

Po drugie, „Bony rekompensacyjne” jako główne narzędzie wsparcia okazały się skutecznym rozwiązaniem. Bezwrotne granty pomogły przedsiębiorcom w utrzymaniu płynności finansowej, co było kluczowe w okresie lockdownów i ograniczeń związanych z pandemią. Ochrona miejsc pracy była priorytetem i udało się utrzymać niemal 31 tys. etatów. To stanowi dowód na to, że odpowiednio zaprojektowane i wdrożone narzędzia wsparcia mogą wpłynąć na zachowanie stabilności ekonomicznej na poziomie regionalnym.

Warto również podkreślić, że projekt ten stanowi przykład udanej współpracy między władzami regionalnymi a sektorem prywatnym. Wspólna inicjatywa miała na celu wsparcie przedsiębiorców w trudnym okresie, co jest ważne dla rozwoju gospodarczego oraz społecznego dobrobytu województwa małopolskiego.

Wnioski

Na podstawie analizy danych oraz dyskusji przedstawionej w artykule można sformułować następujące wnioski dotyczące wykorzystania funduszy europejskich:

1. **Katalizator rozwoju przedsiębiorczości.** Fundusze europejskie odegrały zasadniczą rolę katalizatorów rozwoju przedsiębiorczości w Małopolsce. Wprowadzenie tych środków do Małopolski przyniosło ze sobą serię pozytywnych zmian dla lokalnego ekosystemu biznesowego. Przede wszystkim fundusze te były instrumentem mobilizującym, zachęcającym przedsiębiorców do realizacji przedsięwzięć, które być może bez takiego wsparcia pozostałyby jedynie w sferze koncepcji. Przy odpowiednim ukierunkowaniu inwestycje wsparte funduszami europejskimi skupiały się na obszarach kluczowych dla rozwoju gospodarczego regionu. Stymulowanie innowacji było jednym z głównych priorytetów, co przyczyniło się do wzrostu liczby przedsiębiorstw prowadzących działalność badawczo-rozwojową oraz skutkowało generowaniem produktów i usług o wysokiej wartości dodanej.

Tworzenie nowych miejsc pracy nie tylko zaspokajało potrzeby rosnącego rynku pracy w Małopolsce, ale także przyciągało specjalistów i talenty z innych regionów Polski. Z kolei nowe miejsca pracy były często powiązane z sektorem nowych technologii i innowacji, co dodatkowo wzmocniło pozycję Małopolski jako regionu atrakcyjnego dla młodych, wykształconych ludzi szukających możliwości rozwoju kariery w dynamicznie rozwijającym się otoczeniu.

Wprowadzanie na rynek nowych produktów i technologii z kolei pobudzało konkurencję, co skutkowało potrzebą ciągłego doskonalenia oraz poszukiwania nowych nisz rynkowych przez małopolskie przedsiębiorstwa.

W efekcie fundusze europejskie nie tylko dostarczyły niezbędnych środków finansowych dla rozwoju przedsiębiorczości w Małopolsce, ale przede wszystkim, inspirując przedsiębiorców do dążenia do wyższych standardów i adaptowania się do globalnych trendów w biznesie, były katalizatorem zmiany.

2. **Wsparcie dla MŚP.** Sektor mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw jest jednym z filarów stabilnej i dynamicznie rozwijającej się gospodarki. W Małopolsce, dzięki zaangażowaniu MCP, znaczenie tego sektora zostało docenione i odpowiednio wsparte środkami z funduszy europejskich. Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości jako koordynator skutecznie kierowało środki finansowe w stronę MŚP, co umożliwiło realizację wielu inwestycji, które bez wsparcia zewnętrznego byłyby trudne do przeprowadzenia. Dzięki temu, przedsiębiorstwa te miały możliwość rozwinięcia swojej działalności, zakupu nowoczesnych maszyn, zwiększenia zatrudnienia czy wprowadzenia innowacyjnych rozwiązań.
3. **Jakość zgłaszanych projektów.** Obserwacja dotycząca zmiany charakteru zgłaszanych projektów jest kluczowym wskaźnikiem wpływu funduszy europejskich na mentalność przedsiębiorców w Małopolsce. W przeszłości mogły dominować projekty o charakterze bardziej konserwatywnym, skoncentrowane na utrzymaniu bieżącej działalności. Jednak z czasem, pod wpływem możliwości finansowania z funduszy europejskich, przedsiębiorcy zaczęli kierować swoje działania w stronę projektów bardziej ryzykownych, ale jednocześnie oferujących większe możliwości wzrostu i innowacji. To świadczy o tym, że fundusze europejskie nie tylko dostarczają kapitału niezbędnego do realizacji pewnych projektów, ale również pełnią funkcję

motywacyjną. Zachęcają one przedsiębiorców do myślenia w kategoriach długoterminowych, strategicznych inwestycji, które mogą przynieść znaczne korzyści w przyszłości. Kolejnym aspektem tej zmiany jest fakt, że projekty o większym potencjale innowacyjnym często wymagają większej współpracy między różnymi podmiotami – instytucjami badawczymi, uczelniami wyższymi, a nawet konkurentami. Oznacza to, że fundusze europejskie mogą również przyczyniać się do zwiększenia poziomu współpracy w regionalnym ekosystemie innowacji, co w dłuższej perspektywie jest kluczowe dla trwałego rozwoju przedsiębiorczości w Małopolsce.

4. **Reakcja na kryzys.** Inicjatywa „Małopolska Tarcza Antykryzysowa – pakiet przedsiębiorczość” to przykład elastycznego podejścia do zarządzania kryzysowego, które pozwoliło na wsparcie przedsiębiorstw w czasie pandemii COVID-19. Zamiast pozwolić na masowe bankructwa i wzrost bezrobocia, władze regionu skoncentrowały się na dostarczeniu środków finansowych tam, gdzie były one najbardziej potrzebne. W efekcie, choć kryzys mógł wpłynąć negatywnie na gospodarkę Małopolski, odpowiednie wykorzystanie funduszy europejskich pozwoliło na zminimalizowanie jego skutków. Długoterminowo takie doświadczenia budują zaufanie przedsiębiorców do instytucji regionalnych oraz przekonanie o stabilności i wsparciu, jakie region może zapewnić w trudnych czasach.

Podsumowując, fundusze europejskie, przy właściwym kierowaniu i monitorowaniu ich wykorzystania, odgrywały i odgrywają kluczową rolę w rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim. Współpraca między różnymi podmiotami oraz elastyczność w podejściu do wyzwań gospodarczych stanowią fundament dla trwałego i zrównoważonego rozwoju sektora przedsiębiorstw w regionie.

Literatura

References

- Dvouletý, O., Srhoj, S., Pantea, S. (2021). Public SME grants and firm performance in European Union: A systematic review of empirical evidence. *Small Business Economics*, 57, 243–263.
- Jankiewicz, S. (2004). *Wspieranie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, jako priorytet polityki gospodarczej*. Poznań: Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu.
- Komor, A. (2016). Wybrane uwarunkowania strukturalne decyzji lokalizacyjnych małych i średnich przedsiębiorstw. *Polityka Ekonomiczna*, 450, 298–300.
- Łęczycka, B. (2020). Bariery i szanse rozwoju sektora MŚP w województwie małopolskim. *Studia Ekonomiczne. Gospodarka, Społeczeństwo, Środowisko*, 5, 128–145.
- Małopolska Tarcza Antykryzysowa. (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: <https://www.malopolska.pl/dobrojestwmalopolscestopkoronawirusowi/malopolska-tarcza-antykryzysowa>
- Małopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2007–2013. (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: https://www.rpo.malopolska.pl/download/MRPO/MRPO_6122016.pdf
- Piątkowski, M.J., Urbaniec, M. (2023). *Ekosystem przedsiębiorczości. Uwarunkowania i źródła finansowania*. Warszawa: Difin.
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020. (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: https://www.rpo.malopolska.pl/download/program-regionalny/o-programie/zapoznaj-sie-z-prawem-i-dokumentami/regionalny-program-operacyjny-2014-2020/2023/08/RPO_WM_2014-2020_03082023.pdf
- Regionalna Strategia Innowacji Województwa Małopolskiego 2020. (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: <https://www.malopolska.pl/biznes/innowacje/regionalna-strategia-innowacji>
- Sabal, M. (2019). Mezootoczenie jako czynnik rozwoju firm rodzinnych w Małopolsce. W: *Zarządzanie przedsiębiorstwem: teoria i praktyka: XIX międzynarodowa konferencja naukowa: 1–2 lipca 2019*, N. Iwaszczuk, P. Łebkowski. Kraków – Raclawice: Wydawnictwo IGSMiE PAN, 91–106.

- Skica, T., Rodzinka, J. (2020). *Instrumentalizacja wsparcia przedsiębiorczości w Polsce Estonii i na Słowacji. Samorząd terytorialny, administracja centralna oraz instytucje publiczne*. Rzeszów – Londyn – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe IVG.
- Sprawozdanie końcowe z realizacji Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007–2013 (MRPO), Załącznik do Uchwały Nr 1/17 KM MRPO w latach 2007–2013 z dnia 23 marca 2017 roku.* (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: <https://bip.malopolska.pl/e,pobierz.html?id=1351726>
- Spychała, J., Spychała, M. (2021). Significance of the EU funds in regional development on the example of NUTS-3 units in Poland. *Research Papers in Economics and Finance*, 5(1), 22–37.
- Stevenson, H.H., Jarillo, J.C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.
- Wach, K. (2015). Przedsiębiorczość, jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego: przegląd literatury. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 11, 24–36.
- Walczak, D., Żołądkiewicz, A. (2015). Wybrane determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, 17, 398–402.
- Wytyczne w zakresie monitorowania postępu rzeczowego realizacji programów operacyjnych na lata 2014–2020.* (2023, 10 sierpnia). Pozyskano z: <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/dokumenty/wytyczne-w-zakresie-monitorowania-postepu-rzeczowego-realizacji-programow-operacyjnych-na-lata-2014-2020/>.
- Żero, S. (2019). Wpływ instytucji lokalnych na kształtowanie się przedsiębiorczości. W: *II Konferencja Naukowa „Współczesne problemy ekonomiczne w badaniach młodych naukowców”*, 24 maja 2018. Białystok: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne. <http://dx.doi.org/10.15290/wpewbmn3.2019.09>

Rafał Solecki, dr, dyrektor Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości od początku powstania tej instytucji województwa małopolskiego (ponad 15 lat). Doktor nauk ekonomicznych na Wydziale Finansów i Prawa Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Absolwent trzech studiów podyplomowych: z zakresu gospodarki przestrzennej, prawa gospodarczego oraz prawa unijnego. Od 26 lat związany nieustannie z administracją publiczną. W latach 1999–2007 pracował w Wydziale Rozwoju Regionalnego oraz w Biurze Zarządzania Funduszami Europejskimi Śląskiego Urzędu Wojewódzkiego w Katowicach, a w latach 1997–1999 na Wydziale Urbanistyki i Architektury Urzędu Miasta i Gminy w Olkuszu. Członek wielu gremiów, w tym m.in.: Komitetu Monitorującego program Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021–2027, Małopolskiej Rady Innowacji, Małopolskiej Rady ds. Sukcesji i Transferu Biznesu oraz Grupy roboczej ds. Przedsiębiorców powołanej przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego w ramach Zespołu ds. uproszczeń systemu wykorzystania środków funduszy Unii Europejskiej. Prelegent licznych konferencji, warsztatów i spotkań. Dyplomowany i doświadczony trener europejski (EU-Trainer). Autor licznych publikacji dotyczących funduszy Unii Europejskiej oraz polityki spójności UE.

Rafał Solecki, PhD, Head of the Małopolska Centre for Entrepreneurship since its establishment (over 15 years). Rafał Solecki has a PhD in economic sciences, gained at the Faculty of Finance and Law of the Cracow University of Economics. Graduate of three postgraduate studies – spatial management, economic law and EU law. For 26 years, Rafał Solecki has been continuously associated with public administration. From 1999 to 2007, he worked at the Department of Regional Development and the Office for Management of the European Funds in Śląskie Voivodeship Office in Katowice and from 1997 to 1999 at the Department of Urban Planning and Architecture of the Municipal Office in Olkusz. Member of many bodies, including the Monitoring Committee of the European Funds for Małopolska 2021–2027 program, Małopolska Innovation Council, Małopolska Business Succession and Transfer Council, and Entrepreneurs Working Group established by the Ministry of Regional Development as a member of the Team for Simplification of the System for the use of the European Union Funds. Speaker at numerous conferences, workshops and meetings. Certified and experienced European trainer (EU-Trainer). Author of multiple publications on the European Union funds and the EU cohesion policy.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5398-9663>

Adres/Address:

Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości
ul. Jasnogórska 11
31-358 Kraków, Poland
e-mail: sekretariat@mcp.malopolska.pl

Rafał Kobis, mgr, absolwent stosunków międzynarodowych i studiów bliskowschodnich. Doktorant na Wydziale Studiów Międzynarodowych i Politycznych UJ. Pracownik Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości.

Rafał Kobis, MA. Graduate of international relations and Middle Eastern studies. PhD Candidate at the Faculty of International and Political Studies of the Jagiellonian University, Kraków. An employee of the Małopolska Centre for Entrepreneurship.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8669-8621>

Adres/Address:

Małopolskie Centrum Przedsiębiorczości
ul. Jasnogórska 11
31-358 Kraków, Poland
e-mail: rkorbis@mcp.malopolska.pl

Patrycja Brańka

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Polska ■ Cracow University of Economics, Poland

Efekty i bariery realizacji PROW 2014–2020 przez lokalne grupy działania w województwie małopolskim w zakresie wsparcia przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Effects and barriers to the implementation of Rural Development Program 2014–2020 by Local Action Groups in Malopolska (Poland) in terms of supporting entrepreneurship in rural areas

Streszczenie: Przedsiębiorczość stanowi jeden z głównych czynników decydujących o wielofunkcyjnym rozwoju wsi. Jest to koncepcja od ponad dwudziestu lat forsowana przez polityki unijne oraz krajowe w odniesieniu do obszarów, gdzie rolnictwo nie może stanowić głównego źródła dochodów mieszkańców. Celem artykułu jest identyfikacja efektów realizacji programu LEADER na obszarach wiejskich województwa małopolskiego w zakresie wsparcia przedsiębiorczości, a także rozpoznanie barier związanych z pozyskiwaniem środków finansowych w ramach tego programu. Dokonano analizy poziomu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa małopolskiego (analizowano gminy wiejskie oraz miejsko-wiejskie) w roku 2014 oraz 2021. Pozwoliło to na sformułowanie wniosków dotyczących jego przestrzennego zróżnicowania, a także zależności pomiędzy poziomem rozwoju przedsiębiorczości a jego wzrostem. Przeprowadzono badania ankietowe wśród lokalnych grup działania, dzięki czemu uzyskano informacje o efektach zrealizowanych projektów (liczba wygenerowanych miejsc pracy, rodzaj działalności gospodarczej). Ponadto zidentyfikowano bariery pozyskiwania środków na rozwój przedsiębiorczości przez mieszkańców. Były one zróżnicowane, przez co podzielono je na trzy grupy: gospodarcze, społeczne oraz administracyjne. Do najważniejszych można zaliczyć złożoność i zbyt małą klarowność przepisów regulujących procedury korzystania z pomocy, odpływ ludzi młodych, rosnące koszty funkcjonowania przedsiębiorstw powodujące niedoszacowanie wstępnych kosztorysów, a także niepewność i marazm lokalnej społeczności spowodowane pandemią COVID-19.

Abstract: Entrepreneurship is one of the most important factors determining the multifunctional development of rural areas – a concept that has been pushed forward by EU and national policies for over twenty years in relation to areas where agriculture cannot be the main source of income for residents. The main purpose of the article has been to identify the effects of implementing Leader program in rural areas in Malopolska in terms of supporting entrepreneurship, as well as to recognize barriers to absorbing funds

within this program. As a part of the research the synthetic indices of entrepreneurship in rural areas of Malopolska region for the years 2014 and 2021 have been developed. The results allowed to formulate conclusions regarding the spatial differences as well as correlation between the level of entrepreneurship and the rate of its change in rural areas. Furthermore surveys among local action groups in Malopolska region have been conducted which allowed to identify a number of barriers. The most important ones include: complicated regulations governing the application of European funds, outflow of young people, growing costs resulting in underestimation of preliminary business plans, uncertainty and stagnation of the local community caused by the COVID-19 pandemic.

Słowa kluczowe: lokalne grupy działania; obszary wiejskie; przedsiębiorczość na obszarach wiejskich; rozwój obszarów wiejskich

Keywords: entrepreneurship in rural areas; development of rural areas; local action groups; rural areas

Otrzymano: 13 października 2023

Received: 13 October 2023

Zaakceptowano: 30 listopada 2023

Accepted: 30 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Brańka, P. (2023). Efekty i bariery realizacji PROW 2014–2020 przez lokalne grupy działania w województwie małopolskim w zakresie wsparcia przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 88–101. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.6>

Wstęp

Przedsiębiorczość jest postrzegana jako pojęcie wieloaspektowe i złożone, co powoduje, że nie wykształciła się jej jedna powszechnie akceptowana definicja (Milek, Kantarek, 2017: 315). Przedsiębiorczość wiejska jest analizowana przez autorów zarówno przez pryzmat jej przejawów, jak i poziomu oraz możliwości podejmowania zróżnicowanej działalności społecznej i gospodarczej przez mieszkańców wsi (Halamska, 2002: 140–142; Kulawiak, Suliborski, Rachwał, 2023: 9–10; Szopiński, Grzybek, 2018, 96–97). Jednak niezależnie od tego, jak jest definiowana, stanowi jedną z najważniejszych determinant rozwoju obszarów wiejskich. Zawężając pojęcie przedsiębiorczości do zakładania i rozwijania działalności gospodarczej, należy podkreślić, że stanowi ona warunek *sine qua non* wdrażania koncepcji wielofunkcyjnego rozwoju wsi, która od wielu już lat tworzy główny nurt polityk krajów Unii Europejskiej wspierających rozwój na obszarach wiejskich. Rozwój taki oznacza kreowanie pozarolniczych źródeł dochodów mieszkańców wsi, zwłaszcza tam, gdzie rolnictwo nie może stanowić dominującej podstawy utrzymania.

Autorzy na podstawie badań wskazują różne uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na wsi (Bański, 2015b; Kłodziński, 2014; Skubiak, 2015; Zuzek, Mickiewicz, 2013). Wynika z nich, że kluczowe znaczenie mają w tym względzie otoczenie instytucjonalne oraz możliwości pozyskania środków finansowych. Jedną z form wspierania przedsiębiorczości, wdrażanych od ponad dwudziestu lat na obszarach wiejskich w Polsce, są przedsięwzięcia realizowane w ramach unijnego programu LEADER. Służą one pobudzaniu rozwoju na obszarach wiejskich na podstawie lokalnego potencjału i są wdrażane przez lokalne grupy działania (LGD) będące stowarzyszeniami kilku bądź rzadziej – kilkunastu gmin. Ich głównym zadaniem jest aktywizacja rozwoju obszaru, który obejmują poprzez

identyfikację i wykorzystanie lokalnych zasobów oraz integrację lokalnej społeczności wokół wspólnych celów. Lokalne grupy działania wspierają przedsiębiorczość w dwóch najważniejszych wymiarach. Po pierwsze, poprzez dofinansowanie działalności gospodarczej lokalnych przedsiębiorców. Efekty takiej pomocy można w przybliżeniu zidentyfikować, chociażby przez liczbę nowo utworzonych przedsiębiorstw oraz liczbę powstałych miejsc pracy. Po drugie, dzięki korzyściom, jakie przedsiębiorcy mogą czerpać z integracji lokalnego środowiska wokół jego zasobów, w tym ich promocji, kształtowania lokalnych struktur współpracy czy też wzajemnego zaufania. Lokalne struktury tworzące atrakcyjne środowisko funkcjonowania dla przedsiębiorców stanowią bardzo ważny czynnik rozwoju. Kwantyfikacja efektów tego rodzaju oddziaływania jest trudniejsza i wymaga bardziej rozbudowanych badań jakościowych.

Głównym celem opracowania jest identyfikacja efektów związanych z wykorzystaniem przez mieszkańców obszarów wiejskich w województwie małopolskim środków finansowych na zakładanie i rozwijanie przedsiębiorczości, dostępnych w ramach programu LEADER w latach 2014–2020, a także rozpoznanie barier związanych z ich pozyskiwaniem. Dla realizacji tak postawionego celu dokonano analizy poziomu rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w Małopolsce w roku 2014 oraz 2021 oraz przeprowadzono badania ankietowe wśród przedstawicieli lokalnych grup działania, które pozwoliły na zebranie informacji o poziomie i efektach wykorzystania przez przedsiębiorców dostępnych środków finansowych oraz o napotykanym przez nich barierach.

Przedsiębiorczość jako determinanta wielofunkcyjnego rozwoju wsi

Pojęcie rozwoju obszarów wiejskich w literaturze przedmiotu nie jest jednoznaczne. Najczęściej jest traktowane w kategoriach rozwoju społeczno-gospodarczego w ogóle i w takim odniesieniu jest opisywane i mierzone. Jednak niektórzy autorzy podkreślają, że celem rozwoju społeczno-gospodarczego na wsi jest tworzenie takich struktur gospodarczych i społecznych w środowisku lokalnym, które są w stanie generować godziwe dochody mieszkańców, zaspokajać ich zróżnicowane aspiracje, poprawiać dostępność do dóbr i usług publicznych, eliminując przy tym niekorzystne zjawiska, takie jak przeludnienie agrarne, depopulacja czy marginalizacja (Stanny, 2013: 53). Jedną z koncepcji wychodzących naprzeciw takim oczekiwaniom jest wielofunkcyjny rozwój terenów wiejskich, polegający na zróżnicowaniu gospodarki wiejskiej, a więc na odejściu od jej monofunkcyjności, czyli produkcji głównie surowców rolniczych. Rozwój wielofunkcyjny to umiejętne wkomponowywanie w wiejską przestrzeń coraz to nowych funkcji pozarolniczych, co stanowi istotny warunek rozwoju na obszarach wiejskich (Kłodziński, 2001: 23; Szopiński, 2004: 311–316). Podkreślana w dokumentach strategicznych, realizowanych na różnych szczeblach administracji terytorialnej kraju, potrzeba wzmacniania wielofunkcyjności obszarów wiejskich powoduje, że obecnie poszukiwane są różne rozwiązania prowadzące do rozwijania na nich pozarolniczych działalności. Jak pisze A. Czarnecki, oznacza to „strategię różnicowania lokalnej gospodarki poprzez inicjowanie i rozwój pozarolniczych działalności gospodarczych” (Czarnecki, 2009: 93). W praktyce wielofunkcyjność wsi oznacza rozwijanie przedsiębiorczości na jej terenie, a także wzmacnianie powiązań komunikacyjnych z rynkami pracy w większych ośrodkach miejskich. Zdaniem M. Wortmana, przedsiębiorczość na obszarach wiejskich oznacza tworzenie nowych możliwości zatrudnienia i polega na kreowaniu nowej organizacji, która wprowadza nowy produkt, obsługuje lub kreuje nowe rynki lub wykorzystuje nowe

technologie w środowisku wiejskim (Wortman, 1990: 330). Warto podkreślić, że w dobie rozwoju narzędzi cyfrowych i pracy zdalnej otwierają się przed mieszkańcami wsi nowe możliwości zatrudnienia (Novikova, 2019, 275–300).

Rozwój wielofunkcyjny ma sprzyjać ożywieniu społeczno-gospodarczemu na obszarach wiejskich, zwłaszcza tam, gdzie nieefektywne, nisko dochodowe rolnictwo nie zaspokaja egzystencjonalnych potrzeb mieszkańców. K. Heffner wskazuje na trzy kierunki rozwoju obszarów wiejskich. Pierwszy z nich to podnoszenie poziomu życia rodzin wiejskich przez działania na rzecz modernizacji rolnictwa i zmiany w strukturze agrarnej (postęp techniczny i organizacyjny, poprawa wyposażenia infrastrukturalnego, dostęp do informacji, wzrost powierzchni gospodarstw rolnych, specjalizacja). Drugi dotyczy tworzenia miejsc pracy poza rolnictwem na obszarach wiejskich, przez co wstrzymywany jest odpływ ludności (uprzemysłowienie wsi, wspieranie przedsiębiorczości wiejskiej, rozszerzanie lokalnej oferty usług, usługi zewnętrzne, m.in. agroturystyka, logistyka). Trzeci to rozbudzenie lokalnej inicjatywności oraz tworzenie własnych ścieżek zmian przez społeczności wiejskie (Heffner, 2011).

Jak już wcześniej wspomniano, rozwój wielofunkcyjny wsi wiąże się z możliwościami prowadzenia w niej pozarolniczej działalności gospodarczej. A. Czarnecki (2009: 98–114) określa uwarunkowania, które je determinują, wyodrębniając czynniki demograficzne, ekonomiczne, przestrzenne oraz instytucjonalne. Czynniki demograficzne stanowią zasoby pracy i ich jakość. Szerzej o roli kapitału ludzkiego w rozwijaniu przedsiębiorczości na obszarach wiejskich pisze W. Kamińska (2011: 103–127). Czynniki gospodarcze determinowane są przez czynniki kapitałowe. Tworzą je przede wszystkim środki finansowe pochodzące z budżetów jednostek samorządowych oraz gospodarstw domowych, które mogą służyć przyszłym inwestycjom. Z przeprowadzonych badań wynika, że brak narzędzi finansowania zewnętrznego oraz podmiotów doradczych może stanowić istotną barierę rozwoju przedsiębiorczości na wsi (Wyszkowska, 2013: 307; Bański, 2015a: 10). Uwarunkowania przestrzenne stanowią szeroką grupę i wiążą się z rentą położenia. Autor zalicza tutaj takie elementy, jak: liczba mieszkańców wsi, stopień rozproszenia osadnictwa, odległość od ośrodków miejskich oraz ważnych węzłów komunikacyjnych, a także nasycenie infrastrukturą techniczną. Natomiast uwarunkowania instytucjonalne są kreowane przez czynniki lokalne, m.in. władze samorządowe, instytucje publiczne, stowarzyszenia, lokalnych liderów, oraz przez czynniki zewnętrzne, głównie politykę prowadzoną na wyższych szczeblach administracji krajowej.

W kontekście rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich istotne znaczenie ma forsowane od wielu lat m.in. przez Unię Europejską oddolnego podejście do rozwoju (bottom-up), gdzie głównym czynnikiem napędowym jest mobilizowanie endogenicznego potencjału. Podejście to jest rozumiane jako działania podejmowane z woli społeczności lokalnej, uwzględniające lokalne uwarunkowania rozwoju. M. Shucksmith uważa, że podejście oddolne, chociaż pozwala lepiej wykorzystać lokalne zasoby, może nie być wystarczające i wymaga wsparcia poprzez polityki krajowe, a także polityki podejmowane przez Unię Europejską. Wynika to z faktu, że społeczności lokalne potrzebują sieci powiązań instytucjonalnych, które wykraczają poza ich własny wymiar, co pozwala im czerpać z zewnętrznych źródeł wiedzy, czy też środków finansowych (Shucksmith, 2013: 16). Według tego samego autora, kierunki rozwoju obszarów wiejskich w Unii Europejskiej są wytyczane przez programy i projekty rozwojowe, zarządzane przez instytucje unijne, a także przez inicjatywy oddolne.

Lokalne grupy działania jako instytucje wspierające rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

J. Bański wskazuje kilka grup instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. Są to przede wszystkim: ośrodki doradztwa rolniczego, samorządy terytorialne, sektor bankowy, fundacje, stowarzyszenia i inkubatory, punkty konsultacyjno-doradcze, a także lokalne grupy działania (Bański, 2015a: 141–142). Wyniki badań przeprowadzonych wśród wiejskich przedsiębiorców prezentowane w tym samym opracowaniu pokazują, że lokalne grupy działania znajdują się na czwartym miejscu instytucji wskazywanych jako te, które wspierają rozwój przedsiębiorczości (po ośrodkach doradztwa rolniczego, funduszach pożyczkowych oraz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości). Z grupami tymi współpracują głównie mikroprzedsiębiorstwa i, w nieco mniejszym stopniu, małe przedsiębiorstwa.

Lokalne grupy działania stanowią partnerstwa międzysektorowe (tworzone przez podmioty społeczne, publiczne i prywatne kilku sąsiadujących ze sobą gmin) powstałe jako narzędzie realizowania unijnej polityki rozwoju na obszarach wiejskich w ramach programu LEADER. W Polsce program ten był wdrażany od 2004 r. i stanowił jedno z narzędzi Sektorowego Programu Operacyjnego „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich na lata 2004–2006”. W kolejnej perspektywie finansowej Unii Europejskiej program ten stanowił jedną z osi „Programu rozwoju obszarów wiejskich na lata 2007–2013”. Od 2014 r. lokalne grupy działania funkcjonują w ramach przepisów regulujących nowe podejście do rozwoju terytorialnego – rozwój lokalny z udziałem społeczności. Zgodnie z nim w kompleksowy i zintegrowany sposób wspierane są oddolne inicjatywy podmiotów lokalnych. Lokalne grupy działania realizują swoje zadania na podstawie zapisów lokalnych strategii rozwoju (LSR) uwzględniających uwarunkowania obszarów, które obejmują. W okresie programowania 2014–2020 (który ze względu na pandemię COVID-19 został wydłużony o dwa lata) funkcjonowanie LGD w Polsce opierało się na Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014–2020, rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 regulującym zasady wykorzystania funduszy unijnych oraz ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o rozwoju lokalnym z udziałem lokalnej społeczności.

W ramach wspomnianego działania programu LEADER w omawianym okresie programowania realizowany był cel „Wspieranie lokalnego rozwoju na obszarach wiejskich”, liczący 11 celów szczegółowych. Wśród nich bezpośrednio na wsparcie przedsiębiorczości na obszarach wiejskich ukierunkowane były 4 cele: zakładanie działalności gospodarczej i rozwój przedsiębiorczości, dywersyfikacja źródeł dochodu, w tym tworzenie i rozwój inkubatorów przetwórstwa lokalnego, podnoszenie kompetencji mieszkańców związanych z zakładaniem działalności gospodarczej, rozwojem przedsiębiorczości lub dywersyfikacją źródeł dochodów, rozwój produktów lokalnych.

Lokalne grupy działania są przejawem oddolnego podejścia do rozwoju na obszarach wiejskich. Ich główną rolą jest koncentrowanie społeczności lokalnej na wspólnych celach, identyfikacja lokalnego potencjału, a także powiązanie celów rozwoju lokalnego z możliwościami wsparcia finansowego pochodzącego z zewnętrznych źródeł.

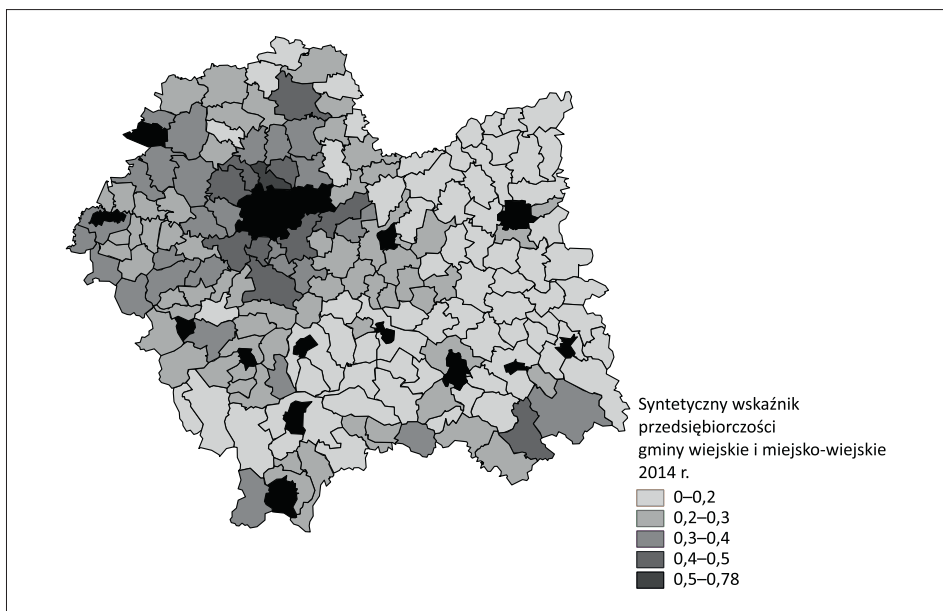
Rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich województwa małopolskiego – wyniki badań ilościowych

Obszary wiejskie w Małopolsce charakteryzują się znacznym w skali kraju stopniem zróżnicowania zarówno warunków rozwoju społeczno-gospodarczego, jak i jego poziom. Najważniejszym czynnikiem wpływającym na to zróżnicowanie są warunki geograficzne, w tym ukształtowanie terenu wpływające na możliwości rozwoju turystyki, jakość i rodzaj gleb warunkujące efektywność produkcji rolnej, rozmieszczenie większych ośrodków miejskich, sąsiedztwo aglomeracji śląskiej wpływające na procesy urbanizacji wsi (Brańska, 2015: 50-61). Cechuje je ponadto duże rozdrobnienie gospodarstw, co jest wynikiem przede wszystkim specyficznych zasad uwłaszczenia oraz dziedziczenia, które obowiązywały w okresie przynależności tych terenów do Austro-Węgier. Według wyników badań przeprowadzonych przez A. Rosnera (2011) nad strukturą gospodarczą obszarów wiejskich, gminy wiejskie Małopolski, podobnie jak gminy położone w sąsiedztwie miast Centralnego Okręgu Przemysłowego oraz wzdłuż południowej części granicy zachodniej, to gminy o przeciętnym stopniu dezagraryzacji struktury gospodarczej, rozwoju społecznego oraz dynamice przemian, natomiast o słabym rozwoju sektora rolniczego i pozarolniczego, nie zrównoważonym rynku pracy i relatywnie słabym wyposażeniu. Rozwój sektora pozarolniczego na obszarach wiejskich w województwie małopolskim w skali całego kraju można określić jako średni. Najwyższe jego wskaźniki charakteryzują obszary położone wokół Krakowa, bardziej zurbanizowane i powiązane funkcjonalnie z konurbacją górnośląską gminy w północno-zachodniej części województwa oraz obszary na południu o dużej atrakcyjności turystycznej (Stanny, Rosner, Komorowski, 2018).

Do obszarów o cechach peryferyjności, charakteryzujących się najsłabszymi wskaźnikami atrakcyjności migracyjnej, słabym przyrostem naturalnym, najwyższym w województwie poziomem bezrobocia, najniższym poziomem przedsiębiorczości, najsłabszą dostępnością komunikacyjną oraz niską gęstością zaludnienia, zaliczają się gminy położone w południowo-wschodniej (poza turystycznymi gminami górskimi), a także w północno-wschodniej części województwa (Brańska, 2017). Cechami wspólnymi tych terenów są oddalenie od większych ośrodków miejskich, słaba dostępność transportowa, duży odsetek terenów rolniczych o rozdrobnionej strukturze, a także nie najlepsze, ze względu na ukształtowanie terenu oraz słabe klasy ziemi, warunki rozwoju rolnictwa (Semczuk, 2013: 203-204).

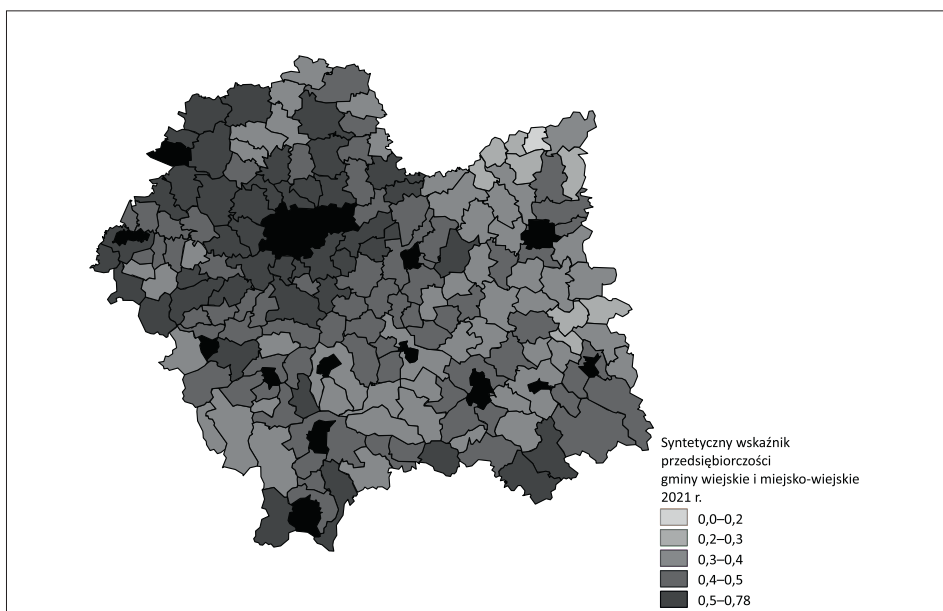
W celu zobrazowania zróżnicowania poziomu rozwoju przedsiębiorczości oraz tempa jego zmian na obszarach wiejskich w Małopolsce obliczono wskaźniki syntetyczne dla roku 2014 oraz 2021. Wykorzystano taksonomiczną metodę wzorca rozwoju. W badaniu uwzględniono pięć cech pochodzących z Banku Danych Lokalnych. Były to: liczba podmiotów na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym, osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym, instytucje otoczenia biznesu na 10 tys. podmiotów gospodarki narodowej, bezrobotni w odniesieniu do liczby osób w wieku produkcyjnym, dochody gmin na mieszkańca, saldo migracji na 1000 mieszkańców. Po przeanalizowaniu zmienności cech, poziomu ich korelacji oraz standaryzacji obliczono wskaźniki syntetyczne (ryciny 1 i 2). Wyniki analizy poziomu rozwoju przedsiębiorczości wskazują, że najwyższy poziom przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w województwie małopolskim charakteryzuje gminy położone w najbliższym otoczeniu Krakowa, gminy w północno-zachodniej części województwa, które przestrzennie i funkcjonalnie

Rycina 1. Syntetyczny wskaźnik rozwoju przedsiębiorczości w województwie małopolskim w 2014 r.



Źródło: opracowanie własne

Rycina 2. Syntetyczny wskaźnik rozwoju przedsiębiorczości w woj. małopolskim w 2021 r.

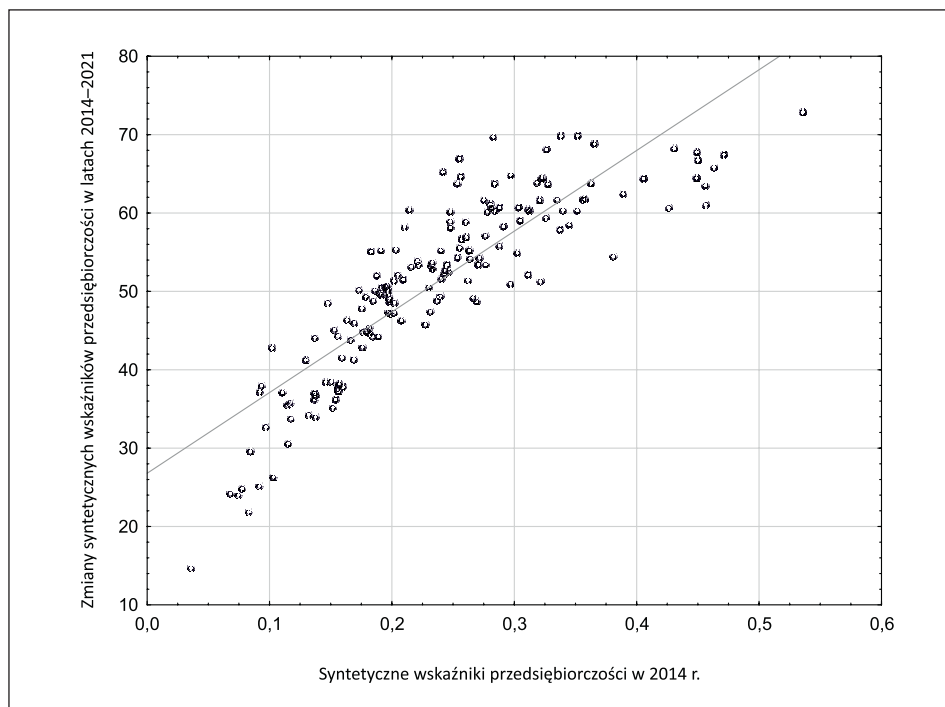


Źródło: opracowanie własne

są powiązane z aglomeracją śląską oraz charakteryzują się nieco wyższym stopniem urbanizacji, a także gminy na południu charakteryzujące się znaczącym potencjałem turystycznym. Najniższe wskaźniki rozwoju przedsiębiorczości dotyczą gmin położonych peryferyjnie względem większych ośrodków miejskich, m.in. gmin powiatu dąbrowskiego, limanowskiego, południa powiatu tarnowskiego i zachodniej części powiatu nowotarskiego. Są to gminy identyfikowane w innych badaniach jako gminy peryferyjne, charakteryzujące się procesami regresji społeczno-gospodarczej (Brańka, 2017; Semczuk, 2017).

W celu identyfikacji zależności pomiędzy poziomem rozwoju przedsiębiorczości a tempem jego zmian przygotowano wykres rozrzutu, gdzie na osi OX uwzględniono syntetyczne wskaźniki przedsiębiorczości gmin w 2014 r., na osi OY zmiany tych wskaźników w latach 2014–2021 (rycina 3).

Rycina 3. Rozrzut dla wartości syntetycznych wskaźników przedsiębiorczości oraz zmiany tych wskaźników w latach 2014–2021



Źródło: opracowanie własne

Na podstawie wyników analizy można wnioskować, że szybszy rozwój przedsiębiorczości ma dodatnią korelację z jego ogólnym poziomem. Gminy, które w 2014 r. charakteryzowały się wyższymi wskaźnikami przedsiębiorczości, w kolejnych latach zanotowały ich szybszy w porównaniu z innymi wzrost. Podobne zjawiska są znane i nawiązują do teorii bazy ekonomicznej D.C. Northa, rozwijanej potem przez innych autorów. Potwierdza to ogólne przekonanie, że dla lepszego i szybszego rozwoju istotne znaczenie mają przede wszystkim: wewnętrzny potencjał, na który składają się m.in. kapitał ludzki, istniejące

otoczenie instytucjonalne, w tym doradztwo (Kłodziński, 2013), rozwinięta infrastruktura, dostęp do atrakcyjnego kapitału (Eftekhar, Hamdollah, 2011; Skubiak, 2015). Ponadto jak wskazuje M. Kłodziński, obszary o cechach peryferyjności wymagają nieco odmiennych narzędzi stymulowania przedsiębiorczości (Kłodziński, 2015).

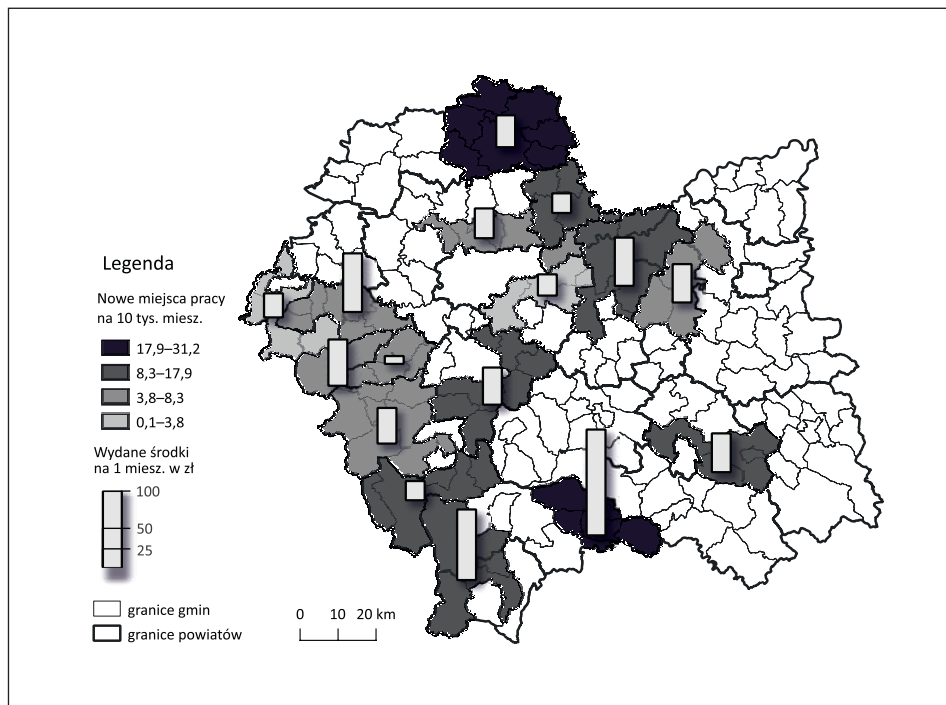
Efekty i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w województwie małopolskim – wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród lokalnych grup działania

W celu identyfikacji efektów wykorzystania środków finansowych Unii Europejskiej dostępnych w ramach projektów związanych z rozwojem przedsiębiorczości, a realizowanych przez LGD przeprowadzono badania ankietowe wśród przedstawicieli LGD w województwie małopolskim. Na ankietę wysłaną do wszystkich 32 podmiotów odpowiedziało 16 z nich. Pytania dotyczyły efektów uzyskanych w wyniku realizacji czterech rodzajów działań na rzecz wspierania przedsiębiorczości na obszarze LGD. Do działań tych należały: rozwój przedsiębiorczości na obszarze wiejskim przez podejmowanie działalności gospodarczej, tworzenie lub rozwój inkubatorów przetwórstwa lokalnego produktów rolnych, rozwijanie istniejącej działalności gospodarczej, wsparcie współpracy na rzecz rozwijania przedsiębiorczości. W ankiecie poproszono także o wskazanie barier związanych z realizacją wymienionych wyżej działań na rzecz rozwoju przedsiębiorczości.

Wskazane przez respondentów działania zostały zrealizowane w ramach okresu finansowania UE 2014–2020, jednak ze względu na pandemię COVID-19 wykorzystanie dostępnych środków zostało przedłużone do 2023 r. Średnia kwota dofinansowanego projektu w lokalnych grupach działania, które odpowiedziały na ankietę, wyniosła 74 tys. zł. Zrealizowane projekty wpisywały się w różne obszary działalności gospodarczej, jednak dominującymi branżami były: budownictwo, gastronomia i zakwaterowanie oraz rozrywka. Można zauważyć, że zakres tematyczny realizowanych projektów był uzależniony od lokalnych uwarunkowań. Na obszarach turystycznych dofinansowane projekty były w dużej mierze związane z branżą turystyczną (np. utworzenie przedsiębiorstwa „Food truck tradycyjnie i po góralsku”, Eko_Taxi, fizjoterapia i wypożyczalnia sprzętu, mobilna wypożyczalnia rowerów elektrycznych, pracownia hafciarska, mobilny ekodietetyk i trener, innowacyjna mobilna wypożyczalnia sprzętu sportowo-rekreacyjnego, stworzenie ogrodów hortiterapeutycznych, wdrożenie innowacyjnej oferty turystycznej łączącej zimową turystykę wysokogórską z podnoszeniem świadomości ekologicznej turystów i mieszkańców, tradycyjne lody z owczego, koziego i krowiego mleka z wykorzystaniem lokalnych produktów). Na obszarach podmiejskich różnorodność realizowanych projektów była największa (m.in.: usługi okulistyczne, przychodnia weterynaryjna, mobilne usługi księgowe, zakład kosmetyczny, gabinety rehabilitacyjne, usługi ogrodnicze, firma sprzątająca, firmy szkoleniowe, wynajem sprzętu rekreacyjnego, poszerzenie działalności firmy produkującej windy domowe, poszerzenie działalności przedsiębiorstwa robiącego nadruki na ubraniach, rozwój przedsiębiorstwa układającego kostkę brukową, rozwój przedsiębiorstwa produkującego zioła i herbaty).

Wśród LGD, które odpowiedziały na ankietę, najwięcej środków finansowych w przeliczeniu na jednego mieszkańca na wsparcie przedsiębiorczości w latach 2014–2023 wydały LGD Gorce-Pieniny, Podhalańska Lokalna Grupa Działania czy LGD Dolina Karpia, które obejmują obszary o znaczącym w skali województwa potencjale turystycznym. Rozwój

Rycina 4. Środki finansowe wydane przez lokalne grupy działania na realizację działań z zakresu rozwoju przedsiębiorczości oraz powstałe dzięki nim miejsca pracy na 10 tys. ludności



Źródło: opracowanie własne

przedsiębiorstw ma bezpośrednie przełożenie na poprawę sytuacji na rynku pracy. W wyniku zrealizowanych projektów najwięcej miejsc pracy w przeliczeniu na liczbę mieszkańców powstało na obszarze położonego na północy województwa Miechowskiego Stowarzyszenia Gmin Jaksa. Należy zauważyć, że wskaźnik przedsiębiorczości w należącej do niego gminie Miechów w 2021 r. należał do jednego z najwyższych w Małopolsce. Nieco mniej miejsc pracy w wyniku działań podejmowanych przez LGD powstało w Nadwiślańskiej Grupie Działania „E.O. Cenoma” oraz Stowarzyszeniu na rzecz Rozwoju Płaskowyżu Proszowickiego, także położonych w północnej części województwa, gdzie w gminach takich jak Proszowice oraz Nowe Brzesko wskaźniki przedsiębiorczości należą do jednych z najwyższych w Małopolsce (ryciny 1 i 2). Ponadto wśród badanej grupy najwięcej miejsc pracy powstało w LGD Gorce Pieniny, Podhalańskiej Lokalnej Grupie Działania, Stowarzyszeniu Przyjazna Dolina Raby i Czarnej Orawy, LGD Turystyczna Podkowa, LGD Korona Sądecka, które obejmują obszary o znaczącej atrakcyjności turystycznej, gdzie wskaźniki przedsiębiorczości w skali województwa są także wysokie (ryciny 1 i 2). Wyniki przeprowadzonej ankiety potwierdzają wnioski płynące z analizy wskaźnikowej dotyczące tego, że rozwój przedsiębiorczości jest bardziej widoczny w gminach, gdzie przedsiębiorczość była już rozwijana (w przypadku obszarów wiejskich są to najczęściej gminy o charakterze miejsko-wiejskim, np. Miechów, Proszowice, Nowe Brzesko), oraz tam, gdzie istnieje potencjał turystyczny (m.in. Kościelisko, Jabłonka, Rabka Zdrój, Czarny Dunajec, Kamionka Wielka).

Bariery absorpcji środków unijnych na rozwój przedsiębiorczości wskazywane przez respondentów są zróżnicowane. Można je podzielić na trzy grupy: społeczne, administracyjne i gospodarcze (tabela 1).

Tabela 1. Bariery wykorzystania środków finansowych dysponowanych przez lokalne grupy działania na rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich

Bariery społeczne	Bariery gospodarcze	Bariery administracyjne
1. Negatywne skutki izolacji społecznej po pandemii COVID-19, trwający marazm (5) 2. Odpyły ludzi młodych do miast (3) 3. Źle przygotowane wnioski o dofinansowanie (3) 4. Brak zainteresowania ze strony społeczności możliwością pozyskiwania środków na rozwój przedsiębiorczości 5. Brak zaufania instytucji do firm (1) 6. Niska gęstość zaludnienia (1)	1. Utrzymanie nowego miejsca pracy przez okres 3 lat (4) 2. Zmieniająca się/niestabilna sytuacja gospodarcza związana z pandemią COVID-19 oraz wojną na Ukrainie (3) 3. Spowodowany pandemią mniejszy popyt na usługi budowlane, gastronomiczne, hotelarskie, a także na działalność związaną z kulturą, rozrywką i rekreacją (1) 4. Rosnąca inflacja, wzrost cen energii, braki w łańcuchach dostaw i braki w dostępności komponentów, towarów i produktów, np. długi czas oczekiwania na zakup samochodu z homologacją ciężarową (1)	1. Zmieniające się, niejasne interpretacje przez Urząd Marszałkowski przepisów dotyczących finansowania, dezorientujące wnioskodawców (8) 2. Długi czas oczekiwania na ocenę operacji przez Samorząd Województwa Małopolskiego oraz na podpisanie umowy (7) 3. Częste zmiany wytycznych dotyczących składania wniosków (2) 4. Częsta potrzeba składania obszernej dokumentacji i wyjaśnień przez beneficjentów do ocenianych wniosków (2) 5. Wymóg składania zbyt szczegółowego, perspektywicznego biznesplanu do wniosku (1)

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań ankietowych

Najczęściej wskazywane bariery wynikały z procedury przyznawania środków na rozwój przedsiębiorczości. Dla beneficjentów szczególnie trudnym etapem była ich weryfikacja i ocena przez Urząd Marszałkowski. Było to związane głównie ze zmieniającymi się lub niejasnymi wytycznymi, długim czasem oczekiwania na ocenę oraz na podpisanie umowy. Warto podkreślić, że biura lokalnych grup działania są przygotowane do pełnienia pomocniczej funkcji dla beneficjentów w procesie ubiegania się o środki. Jednak niestabilność przepisów prawa oraz samych wytycznych wynikających z procedury ich przyznawania stanowią trudność nawet dla osób pełniących funkcję doradcą. Wnioski te potwierdzają wyniki badań prowadzonych przez innych autorów (por. Pomianek, Niewęglowska, 2017). Wskazano w nich, że do najczęściej identyfikowanych barier rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich należą m.in. długi okres oczekiwania na refundację poniesionych kosztów, zmienne i niezrozumiałe przepisy prawa czy skomplikowane procedury administracyjne. Kolejna, często wymieniana bariera, jest związana z pandemią COVID-19. Chodzi tu m.in. o spadek popytu na wiele usług, zaburzenia na rynku pracy oraz brak jasnych perspektyw dotyczących przyszłych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości.

Niepewna sytuacja co do przyszłości powoduje ponadto, że wynikający z przepisów prawa środków wygenerowania jednego miejsca pracy na okres minimum 3 lat przez beneficjentów środków unijnych stanowi dla nich barierę i zniechęca do aplikowania o dofinansowanie. Ponadto respondenci niejednokrotnie wskazywali na małe zainteresowanie tego rodzaju wsparciem, co motywowali odpływem ludzi młodych i bardziej przedsiębiorczych, brakiem środków własnych czy niską gęstością zaludnienia w ogóle. Można sądzić, że w przypadku większości barier możliwości ich eliminowania, czy też nawet – łagodzenia są, ze względu na ich charakter, ograniczone.

Podsumowanie

Zróznicowanie poziomu rozwoju przedsiębiorczości i tempa jego zmian na obszarach wiejskich województwa małopolskiego jest znaczące. Dodatkowo przeprowadzone badania ilościowe pozwalają stwierdzić, że ważnym uwarunkowaniem rozwoju przedsiębiorczości jest położenie geograficzne – bliskość większych ośrodków miejskich, poziom urbanizacji (gminy wiejskie położone w najbliższym sąsiedztwie Krakowa oraz gminy miejsko-wiejskie w północno-zachodniej części województwa). Ponadto wyższy poziom przedsiębiorczości oraz większe tempo jego zmian charakteryzują część gmin górskich położonych na południu Małopolski. Najniższy poziom przedsiębiorczości dotyczy gmin na wschodzie oraz północnym-wschodzie województwa. Są to gminy najsłabiej skomunikowane z ośrodkami miejskimi, o niewielkim potencjale turystycznym, które, jak już wspomniano, w innych badaniach zostały zidentyfikowane jako tereny peryferyjne.

Ponadto przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie wniosku, że szybsze tempo zmian w poziomie przedsiębiorczości charakteryzuje gminy, w których poziom ten jest ogólnie wyższy. Oznacza to, że w ostatnim okresie programowania gminy borykające się z problemem braku perspektyw na rozwój, pomimo dostępnych narzędzi finansowania pochodzących z funduszy unijnych, nie poprawiły znacząco swojej sytuacji. Wnioski te znajdują swoje poparcie w wynikach badań ankietowych przeprowadzonych wśród przedstawicieli lokalnych grup działania. Z dostępnego finansowania korzystały wszystkie stowarzyszenia, jednak największe efekty, mierzone nowo powstałymi miejscami pracy, osiągnęły głównie te, które wykazują się wyższym poziomem przedsiębiorczości. Warto także podkreślić, że zakres działalności przedsiębiorstw, które ubiegały się o dofinansowanie i je otrzymały, różni się w zależności od lokalnej grupy działania i nawiązuje do lokalnych uwarunkowań rozwojowych. Oznacza to, że na obszarach turystycznych znacząca część dotowanych podmiotów działa w zakresie turystyki, na obszarach położonych w najbliższym sąsiedztwie Krakowa są to szeroko rozumiane usługi dla mieszkańców. Z punktu widzenia założeń funkcjonowania lokalnych grup działania, które mają za zadanie identyfikować i integrować społeczność lokalną wokół endogenicznych zasobów, wniosek ten wskazuje na pozytywne oddziaływanie wdrażanych programów na realizowane cele rozwojowe tych obszarów.

Wśród zidentyfikowanych w ramach badań ankietowych barier pozyskiwania środków finansowych do najczęściej wskazywanych należy zaliczyć zmieniające się i często niejasne interpretacje przepisów, długi okres oczekiwania na ocenę, w trakcie którego zmieniają się koszty uwzględnione w dokumentacji. Oprócz barier wynikających z regulacji prawnych i administracyjnych do najczęściej wskazywanych należały: utrzymujący się po pandemii COVID-19 marazm lokalnej społeczności, odpływ młodych ludzi, wymogi związane

z utrzymaniem miejsc pracy przez przedsiębiorców korzystających z dofinansowania. Bariery związane z interpretacją przepisów czy obawami dotyczącymi utrzymania utworzonych na początku miejsc pracy mogą dotyczyć przede wszystkim mało doświadczonych przedsiębiorców, mających niski kapitał własny, a także tych, którzy działają w środowisku o słabiej rozwiniętym wsparciu instytucjonalnym (co wynika z cytowanych wcześniej badań innych autorów), czy też mniej ewidentnym potencjale rozwojowym (np. atrakcyjności turystycznej). Biorąc powyższe pod uwagę, wsparcie dla przedsiębiorstw na obszarach wiejskich, zwłaszcza tych o peryferyjnym charakterze, powinno być dostosowane do specyficznych warunków społecznych i ekonomicznych.

W procesie wspierania przedsiębiorczości na wsi niebagatelne znaczenie odgrywa doradztwo w zakresie prowadzenie działalności, jak również dostęp do bardziej preferencyjnych źródeł finansowania. Innym, ale także istotnym elementem wsparcia jest współpraca lokalnych partnerów, w tym samorządów oraz stowarzyszeń, takich jak lokalne grupy działania, na rzecz identyfikowania lokalnego potencjału oraz budowania strategii rozwoju w oparciu o niego. Nie bez znaczenia jest ponadto fakt, że w nowym okresie finansowania polityk europejskich na lata 2021–2027 rozwój pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich został przesunięty do europejskiej polityki spójności i będzie realizowany zgodnie z jej założeniami. Oznacza to m.in. wprowadzenie znaczących zmian w procedurach ubiegania się o środki z innych niż dotychczas funduszy wsparcia, a więc potrzebę wprowadzenia zmian także w regulacjach krajowych, m.in. tych, które określają zakres działań lokalnych grup działania. Jednocześnie w nowej polityce finansowania rozwoju wskazuje się na potrzebę położenia większego nacisku na system doradztwa na obszarach wiejskich.

Literatura

References

- Bański, J. (2015a). Rola instytucji otoczenia biznesu w rozwoju przedsiębiorczości wiejskiej. *Więś i Rolnictwo*, 2(167), 139–149.
- Bański, J. (2015b). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na wsi – wybrane zagadnienia. *Roczniki Naukowe Ekonomii Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich*, 102(1), 59–69.
- Brańka, P. (2017). Obszary wiejskie w woj. małopolskim o najwyższej koncentracji problemów społeczno-gospodarczych – identyfikacja, czynniki sprawcze. *Studia KPZK PAN*, 174, 433–441.
- Czarnecki, A. (2009). *Rola urbanizacji w wielofunkcyjnym rozwoju obszarów wiejskich*. Warszawa: IRWiR PAN.
- Eftekhari, A.R., Hamdollah, S.G. (2011). *Rural Development with Emphasis on Entrepreneurship (Definitions, Viewpoints and Experiences)*. Teheran: Samt Publication.
- Halamska, M. (2002). Przedsiębiorstwa, przedsiębiorcy, przedsiębiorczość francuskiej wsi. W: *Przedsiębiorczość wiejska w Polsce i krajach Unii Europejskiej*, B. Fedyszak-Radziejowska, M. Kłodziński (red.). Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Heffner, K. (2011). Wielofunkcyjność obszarów wiejskich w Polsce. Rzeczywistość czy mit? *Studia Komitetu Przestrzennego Zagospodarowania PAN*, nr 133.
- Kamińska, W. (2011). Aktywność gospodarcza osób fizycznych na obszarach wiejskich w Polsce. *Obszary wiejskie. Wielofunkcyjność, migracje, nowe wizje rozwoju*, 133, 197–213.
- Kłodziński, M. (2014). Przedsiębiorczość pozarolnicza na wsi w procesie wielofunkcyjnego rozwoju obszarów wiejskich. *Więś i Rolnictwo*, 1.
- Kłodziński, M. (2013). Barrier rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej. *Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu*, XV(1).

- Kłodziński, M. (2006). *Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin wiejskich oraz małych miast*, Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Kłodziński, M. (2001). Wielofunkcyjny rozwój wsi w Polsce a proces modernizacji rolnictwa. *Postępy Nauk Rolniczych*, 3.
- Kulawiak, A., Suliborski, A., Rachwał, T. (2022). Research on rural entrepreneurship in Terms of the Literature: Definition Problems and Selected Research Issues. *Quaestiones Geographicae*, 41.
- Milek, D., Kantarek, I. (2017). Przedsiębiorczość w rozwoju polskich regionów. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, 50(2)..
- Novikova, K. (2019). „Żyć lokalnie, pracuj globalnie?”. Praca na odległość przyszłością społeczności lokalnej: zarys problematyki. W: *Społeczności lokalne – samorządność i inicjatywy oddolne w globalnym świecie*, T. Herudziński, J. Wojnicki (red.). Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
- Pomianek, I., Niewęgłowska, M. (2017). Bariery rozwoju pozarolniczej działalności gospodarczej na obszarach wiejskich w opinii przedsiębiorców i władz lokalnych powiatu radzyńskiego. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 487.
- Rosner, A. (2011). Zróżnicowanie przestrzenne obszarów wiejskich a pożądane kierunki ich rozwoju. *Studia KPZK PAN*, CXXXIII..
- Semczuk, M. (2017). Wpływ peryferyjności na rozwój społeczno-gospodarczy obszarów wiejskich województwa małopolskiego. *Rozprawa doktorska obroniona w Uniwersytecie Pedagogicznym w Krakowie na Wydziale Biologiczno-Geograficznym*.
- Semczuk, M. (2013). Farmland Agricultural Exploitation in the Rural Areas of the Polish Carpathians. *Journal of Settlements and Spatial Planning*, 4.
- Shucksmith, M. (2013). *Future Directions in Rural Development*. Carnegie UK Trust.
- Skubiak, B. (2015). Czynniki i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. *Studia i Prace Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania*, 42(2).
- Stanny, M. (2013). *Przestrzenne zróżnicowanie rozwoju obszarów wiejskich w Polsce*. Warszawa: Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Stanny, M., Rosner, A., Komorowski, Ł. (2018). *Monitoring rozwoju obszarów wiejskich. Etap III. Struktury społeczno-gospodarcze ich zróżnicowanie i dynamika*. Warszawa: Fundacja Europejski Fundusz Rozwoju Wsi Polskiej, Instytut Rozwoju Wsi i Rolnictwa PAN.
- Szopiński, W. (2004). Działalność pozarolnicza wyrazem przedsiębiorczości na wsi. *Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu*, 1015(2).
- Szopiński, W., Grzybek, M. (2018). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na terenie gmin miejsko-wiejskich. *Problemy drobnych gospodarstw rolnych*, 1.
- Wortman, S.M. Jr. (1990). Rural entrepreneurship research: an integration into the entrepreneurship field. *Agribusiness*, 6(4).
- Wyszkowska, Z. (2013). Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 3(25).
- Zuzek, D., Mickiewicz, B. (2013). Szanse i bariery rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich w Polsce. *Zeszyty Naukowe Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego – Ekonomia i Organizacja Gospodarki Żywnościowej*, 101.

Patrycja Brańska, dr nauk ekonomicznych, adiunkt w Katedrze Geografii Społeczno-Ekonomicznej w Kolegium Gospodarki i Administracji Publicznej w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Autorka ponad 30 publikacji z zakresu szeroko rozumianego rozwoju terytorialnego. Współtwórczyni grantów naukowych krajowych oraz zagranicznych. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się na problemach rozwoju terytorialnego, zwłaszcza na obszarach wiejskich. W ramach pracy dydaktycznej na Uniwersytecie Ekonomicznym prowadzi zajęcia z zakresu ilościowych metod analizy regionalnej, rozwoju obszarów wiejskich, strategii rozwoju lokalnego oraz turystyki w rozwoju lokalnym.

Patrycja Brańska, PhD, Assistant Professor, is an employee of the Department of Socio-Economic Geography at the Faculty of Public Economy and Administration Cracow University of Economics.

Author of over thirty papers and chapters, co-recipient of many domestic and foreign scientific grants in the field of broadly understood territorial development. Her research interests focus on issues related to territorial development, role of endogenous potential in territorial development, rural areas development, role of institutions in rural development. She conducts lectures on quantitative methods of regional analysis, rural areas development, strategies for local development and tourism in the local economy.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0491-0434>

Adres/Address:

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie
ul. Rakowicka 27
31-510 Kraków, Poland
e-mail: brankap@uek.krakow.pl.

Ewa Batko

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska ■ University of the National Education
Commission in Krakow, Poland

Zastosowanie Social Media Marketingu w działalności obiektów i obszarów atrakcyjnych turystycznie na przykładzie Energylandii i Wadowic

Use of Social Media Marketing in the activities of facilities and areas attractive to tourist by example Energylandia amusement park and Wadowice city

Streszczenie: Przedmiotem rozważań w niniejszej pracy jest Social Media Marketing, jego charakterystyka i wykorzystanie jego narzędzi w działalności przedsiębiorstw branży turystycznej oraz obszarów destynacji turystycznej. Celem artykułu jest przedstawienie sposobów działania Social Media Marketingu i zbadanie ich zastosowania w turystyce. W pracy przedstawiono charakterystykę Social Mediów (SM) i ich znaczenie w działalności turystycznej. Ukazano sposoby działania marketingu społecznościowego. Poruszono również zagadnienie Content Marketingu, który jest jednym z podstawowych aspektów Social Mediów i stanowi ważny element komunikacji marketingowej wchodzącej w skład Social Media Marketingu. W przeprowadzonych badaniach zastosowano obserwację uczestniczącą, użyto także kwestionariusza wywiadu, udostępnionego za pomocą komunikatora internetowego, dzięki niemu uzyskano informacje na temat zastosowania Social Media Marketingu w turystyce na przykładzie miasta Wadowice jako obszaru atrakcyjnego turystycznie. Przeprowadzone badania własne miały na celu uzyskanie odpowiedzi na pytanie: „Jakie jest zastosowanie Social Media Marketingu w turystyce?”. Na podstawie wykonanej analizy stwierdzono, że przedsiębiorstwa związane z turystyką dostrzegają potrzebę zastosowania Social Media Marketingu w swojej działalności. Jednak niektóre podmioty w branży turystycznej nie w pełni wykorzystują potencjał mediów społecznościowych.

Abstract: The subject of the study is Social Media Marketing, its characteristics and the use of its tools in the activities of tourism industry enterprises and tourist destination areas. The aim of this article is presentation of the mode of action Social Media Marketing and research its application in tourism. In this article the Social Media (SM) characteristics and its meaning in tourism activities was presented. Methods of operation Social Media Marketing are shown. The issue of Content Marketing was also raised, which is one of the basic aspects of Social Media and is an important element of marketing communication included

in Social Media Marketing. The research applied participant observation and an interview questionnaire which was shared via instant messenger, thanks to which information about application of Social Media Marketing in tourism, by example Wadowice city as an attractive tourist area. The conducted own research was aimed at obtaining an answer to the question: What is the application Social Media Marketing in tourism? Based on the analysis performed, it was found that Tourism-related enterprises recognize the need to use Social Media Marketing in their activities. However, some entities in the tourism industry do not fully use the potential of Social Media.

Słowa kluczowe: marketing społecznościowy; media społecznościowe; park rozrywki Energylandia; turystyka; Wadowice

Keywords: Energylandia amusement park; Social Media; Social Media Marketing; tourism; Wadowice city

Otrzymano: 10 października 2023

Received: 10 October 2023

Zaakceptowano: 30 listopada 2023

Accepted: 30 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Batko, E. (2023). Zastosowanie Social Media Marketingu w działalności obiektów i obszarów atrakcyjnych turystycznie na przykładzie Energylandii i Wadowic. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 19(2), 102–114. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.7>

Wstęp

Media społecznościowe są współcześnie popularnym narzędziem stosowanym do różnych celów, takich jak komunikacja czy rozrywka. Nowym i coraz bardziej popularnym zastosowaniem portali społecznościowych staje się również komunikacja marketingowa. Jest ona także coraz chętniej prowadzona przez podmioty działające w branży turystycznej i to nie tylko przez przedsiębiorstwa świadczące usługi na rzecz obsługi ruchu turystycznego, ale również przez miejsca uznawane za atrakcyjne dla turystów (tzw. miejsca destynacji turystycznej). W kontekście wzrastającego zainteresowania aktywnością marketingową w przestrzeni wirtualnej interesującym jest, które formy działalności w Social Mediach (SM) są obecnie stosowane przez przedsiębiorstwa turystyczne czy jednostki terytorialne zainteresowane przyciągnięciem turystów. Jakie konkretne narzędzia stosują one w swojej działalności? Czy dzięki zastosowaniu Social Mediów osiągają wyznaczone cele, skuteczniej docierają do odbiorców i zwiększają ich zaangażowanie w tworzone treści?

Celem głównym niniejszego artykułu jest przedstawienie sposobów działania Social Media Marketingu i zbadanie ich zastosowania w turystyce na przykładzie parku rozrywki Energylandia oraz miasta Wadowice jako obszaru destynacji turystycznej. Cel ten był realizowany poprzez wyjaśnienie pojęć dotyczących Social Media Marketingu, analizę uczestniczącą, przeprowadzenie badań własnych autorki oraz wnioskowanie. W części teoretycznej określono definicję oraz rolę mediów społecznościowych w turystyce. Przedstawiono narzędzia Social Media Marketingu oraz przykłady zagranicznych kampanii promocyjnych regionów turystycznych. W pracy skupiono się zwłaszcza na zagadnieniu Content Marketingu, będącego jednym z podstawowych aspektów Social Mediów i stanowiącego ważny element komunikacji marketingowej wchodzącej w skład Social Media Marketingu.

Materiałem źródłowym do badań były publikacje naukowe oraz źródła internetowe

dotyczące mediów społecznościowych, socjologii, marketingu oraz nauk pokrewnych. W przeprowadzonych badaniach użyto także kwestionariusza wywiadu, udostępnionego za pomocą komunikatora internetowego. Celem wywiadu było zbadanie zastosowania Social Media Marketingu w turystyce na przykładzie miasta Wadowice jako obszaru atrakcyjnego turystycznie.

Rola mediów społecznościowych w turystyce

Według definicji przedstawionej przez K. Polańską (2011) media społecznościowe to forma przekazu informacji za pośrednictwem serwisów społecznościowych, takich jak strony internetowe czy aplikacje, w ramach społeczności stworzonej przez użytkowników tych serwisów.

Przeważająca część badań dotyczących zastosowania teleinformatyki (ang. ICT - information and communication technologies) w działaniach marketingowych przedsiębiorstw turystycznych dotyczy poprawy udostępniania oferty za pomocą Internetu (Buhalis, 1999; Braun, 2004; Evans, Peacock, 1999), a także barier napotykanych przez małe i średnie przedsiębiorstwa turystyczne w procesie wdrażania nowych technologii (Buhalis, 1999, 2003; Braun 2004, Main, 2001). Wynika z nich, że małe i średnie przedsiębiorstwa branży turystycznej przyjmują nowe rozwiązania informatyczne stosunkowo wolno, nie doceniając korzyści niesionych przez innowacje. Mimo to dystrybucja usług turystycznych jest bardziej podatna na digitalizację niż np. dystrybucja odzieży. Wynika to z faktu, że podczas podejmowania decyzji o kierunku wyjazdu turystycznego ostateczny wybór opiera się na dostępności i sposobie wizualizacji informacji, a nie - jak w przypadku odzieży - np. na fakturze czy zapachu towaru (Kachniewska, 2014). Jeżeli chodzi natomiast o wykorzystanie SM nie w kontekście przedsiębiorstw, ale obszarów, to przeprowadzone do tej pory badania wykazały, że potencjał SM najskuteczniej wykorzystywany jest w aglomeracjach, mimo tego, iż nawet w dużych ośrodkach nakłady finansowe na działalność związaną z SM nie są większe niż 10 000 zł rocznie (Sułkowski, Kaczorowska-Spychalska, 2014). Zarówno przedsiębiorstwa, jak i jednostki terytorialne za pośrednictwem SM gromadzą dane, które pomagają w dostosowaniu oferty w taki sposób, aby uwzględnić potrzeby i wymagania klientów/turystów i usprawnić sposób przekazywania informacji poprzez media społecznościowe (Matuszewska i in., 2016).

Portale społecznościowe są idealnym miejscem promocji produktów czy usług związanych z ludzkimi pasjami i przyjemnościami. Turystyka doskonale wpisuje się w te kryteria. Odwiedzone kraje, miejsca, zdobyte szczyty czy pobyt w luksusowym hotelu to aspekty turystyki, o których konsumenci rozmawiają i którymi chcą się dzielić ze swoimi znajomymi. Wszystkie media społecznościowe dają możliwość publikowania treści związanych z produktami turystycznymi wraz z oznaczeniem (np. za pomocą #) danego miejsca, firmy itd. i wyrażenia swojej opinii o danym produkcie. Jest to forma tzw. reklamy szeptanej (inaczej: pozytywny szum), którą tworzą klienci wyrażający swoje pozytywne opinie (poprzez media społecznościowe) na temat produktów turystycznych, z których korzystali. Media społecznościowe są zatem do pewnego stopnia przeniesieniem marketingu szeptanego na poziom wirtualny (Aye, Leung, Law, 2012).

W działalności turystycznej (w Internecie) ważne jest umożliwienie klientom wyrażania opinii i wymiany doświadczeń z podróży turystycznych (Strzębicki, 2020). Jak wynika z badań, użytkownicy, którzy mają możliwość przeczytania opinii z wyjazdu pisanych przez

innych, deklarują, że pomaga im to w:

- zdobywaniu wiedzy o destynacji i usłudze turystycznej,
- ocenie alternatyw,
- unikaniu miejsc i usług, z których mogliby być niezadowoleni,
- upewnieniu się w decyzji o wyjeździe w dane miejsce,
- wyobrażeniu sobie danego miejsca,
- redukowaniu ryzyka i niepewności,
- skutecznym zaplanowaniu wyprawy (Gretzel, Yoo, Purifoy, 2007).

Internet jako najszersze współczesne medium jest doskonałą formą przekazywania i obiegu informacji, a tym samym – opinii klientów. Zaznaczyć należy, że z drugiej strony jest to również duże wyzwanie dla jakości produktów oferowanych przez firmy i miejscowości turystyczne, gdyż szybko rozchodzą się nie tylko dobre, ale i złe informacje o produktach i świadczonych usługach (Strzębicki, 2020).

Narzędzia Social Media Marketingu

Social Media Marketing, czyli marketing społecznościowy, jest różnie definiowany, w zależności od koncepcji autorów. Według M. Adamik-Szysiak (2014) Social Media Marketing to działania marketingowe, które wykorzystują do komunikacji społeczności funkcjonujące w przestrzeni wirtualnej, pozwalające na interakcje użytkowników. Jak uważa A. Werenowska (2019), Social Media Marketing polega na komunikacji między interesariuszami, która przyczynia się do budowania relacji z klientami poprzez wykorzystanie mediów społecznościowych. Social Media Marketing to działania płatne i bezpłatne wykorzystywane w mediach społecznościowych. Ich ideą jest wzrost rozpoznawalności marki, budowanie jej pozytywnego wizerunku, nawiązywanie relacji z klientami, a docelowo – osiągnięcie satysfakcjonujących wyników sprzedaży produktów i usług (*Social Media Marketing – wszystko, co musisz o nim wiedzieć*, 2022, 15 sierpnia). Na potrzeby niniejszej pracy definicję tę uznano za kluczową w wyjaśnieniu pojęcia Social Media Marketing. Pomimo wielości definicji podstawowe założenia nie ulegają zmianie, autorzy są zgodni co do tego, że Social Media Marketing służy komunikacji dzięki wykorzystaniu różnego rodzaju narzędzi oferowanych przez portale internetowe.

Marketing społecznościowy obejmuje wiele aspektów komunikacji marketingowej. Są to m.in.:

- budowanie relacji z klientami,
- optymalizacja konwersji,
- Content Marketing (tj. strategia marketingowa polegająca na systematycznym tworzeniu i publikowaniu atrakcyjnych i przydatnych treści),
- zaangażowanie odbiorców,
- reklama,
- public relations,
- ruch na stronie WWW,
- pozyskiwanie leadów (tj. podmiotów, które chcą skorzystać z proponowanej oferty),
- Viral Marketing (tj. marketing wirusowy, polegający na zainicjowaniu sytuacji, w której potencjalni klienci sami udostępniają informacje dotyczące usług czy produktów),

- Inbound Marketing (tj. strategia marketingowa, polegająca na pozyskiwaniu klientów w taki sposób, aby mogli oni samodzielnie trafić na interesujący ich przekaz),
- Video Marketing (Castillo Esparcia, Smolak-Lozano, 2012).

Podstawowe narzędzie Social Media Marketingu to content, czyli tekst, treść. To właśnie ona wspomaga skuteczność przekazu w SM (Grębosz, Siuda, Szymański, 2016). Wykorzystaniem treści w marketingu zajmuje się Content Marketing, którego zadaniem jest nawiązanie relacji z klientem w taki sposób, aby oferowany przez przedsiębiorstwo produkt lub usługa w oczach klienta stały się atrakcyjniejsze (Turoń, Juzek, 2015).

Przykłady zagranicznych kampanii promocyjnych regionów turystycznych w Social Mediach (SM)

Wiele akcji promocyjnych regionów turystycznych opiera się na zaangażowaniu odbiorców w tworzone treści oraz zachęcaniu ich do interakcji poprzez udostępnianie, polubienia czy komentowanie publikowanych materiałów (Kachniewska, 2017). W 2011 r. Łotwa, w ramach projektu Grand Opening, przeprowadziła kampanię, dzięki której pozyskano wielu fanów na Facebooku. Kampania ta polegała na tym, że każde polubienie na profilu facebookowym organizacji If You Like Latvia (obecnie: Mission Latvia) przyczyniało się do realnego wypieku łotewskiego bochenka chleba. W tej akcji wykorzystano „efekt wirusowy” mediów społecznościowych, ponieważ wymagana temperatura pieca wynosiła 350 stopni, a tempo rozgrzewania wirtualnego pieca zależało od liczby polubień – użytkownicy zachęcali znajomych do pozostawiania polubień na profilu, aby przyspieszyć proces wypieku (<https://www.facebook.com/missionLatvia/>; 2023, 15 listopada).

W tym samym roku szwajcarska wioska Obermitten przeprowadziła kampanię polegającą na tym, że zdjęcie każdej osoby, która polubiła fanpage Obermitten, zostało wydrukowane i przypięte do tablicy ogłoszeń w tej miejscowości. Kampania ta dotarła do 16 000 fanów, co oznacza, że facebookowy profil tego miejsca zgromadził 200 razy więcej obserwatorów niż było mieszkańców w Obermitten (*Analiza najlepszych kampanii na Facebooku. 2012 r., 2023, 15 listopada*).

Z kolei Nowa Zelandia podjęła decyzję o połączeniu akcji promocyjnej kraju z promocją produktu. W tym celu zaproszono do współpracy australijskiego fotografa i blogera Eugene’a Tana, który wraz z marką samochodów Land Rover zrealizował w Nowej Zelandii projekt filmowy. Przyczyniło się to do pozyskania w SM nie tylko obserwatorów i miłośników turystyki, ale także miłośników motoryzacji i sportów ekstremalnych, którzy przyglądając się możliwościom samochodów tej marki, podziwiali również piękne zakątki kraju (*Aquabumps Road Trip – New Zealand, 2023, 15 listopada*).

Wykorzystanie Social Mediów w świetle przeprowadzonych badań

Do zbadania zastosowania Social Media Marketingu przez obiekty cieszące się popularnością wśród turystów wybrano park rozrywki Energylandia. Jest to największy tego typu obiekt w Polsce. W roku 2021 liczba odwiedzających Energylandię wyniosła 1 mln 860 tys. (Gomułka, 2023, 24 kwietnia). Park rozrywki Energylandia dostrzega konieczność podejmowania działań w SM. Profil parku prowadzony jest na pięciu platformach społecznościowych, tj. na Facebooku, Instagramie, YouTube, TikToku i Snapchacie. W mediach tych publikowane są zdjęcia i materiały wideo promujące Energylandię, informujące

o planowanych wydarzeniach i konkursach, a także relacje z wizyt popularnych osób, które korzystały z atrakcji parku (www.energylandia.pl, 2023, 24 kwietnia).

Profil parku rozrywki Energylandia na Facebooku został utworzony 25 października 2012 r. Obecnie profil ten ma 776 tys. polubień i 803 tys. obserwatorów (stan na 24 kwietnia 2023). Na profilu umieszczone są najważniejsze informacje o parku, takie jak adres, numer telefonu, adres e-mail, godziny otwarcia czy link do strony WWW. Profil jest na bieżąco aktualizowany. Każdego miesiąca publikowane jest około stu postów (www.facebook.com/EnergyLandia, 2023, 24 kwietnia).

Profil Energylandia na TikToku ma 465,5 tys. obserwujących (stan na 24 kwietnia 2023). Profil zawiera informacje o godzinach otwarcia parku oraz link do kanału parku na platformie YouTube. Pod materiałami na TikToku dodawany jest znacznik #energylandia [czyt. hashtag enerdzilandia], który ma na tej platformie 400 mln wyświetleń (www.tiktok.com/@energylandia_official, 2023, 24 kwietnia).

Podobnym, ale bardziej rozbudowanym portalem społecznościowym, na którym Energylandia udostępnia nagrania wideo, jest YouTube. Park ma tam swój kanał od 7 kwietnia 2015 r. Na tej platformie umieszczonych jest 750 filmów, a kanał liczy 109 tys. subskrybentów (stan na 24 kwietnia 2023). W lipcu 2022 r. dodano 13 filmów na YouTube, natomiast liczba publikowanych wideo w pierwszych trzech miesiącach roku 2022 wyniosła łącznie 6 filmów. Częstotliwość publikacji wideo na tej platformie jest zmienna (www.youtube.com/channel/UCPj-Bs4Pfub_Bm04BOfyDoA, 2023, 24 kwietnia).

Profil parku na Instagramie powstał w sierpniu 2014 r. W dniu badania miał on 243 tys. obserwujących, a zostało na nim udostępnione 4 608 postów (stan na 24 kwietnia 2023, godz. 18:30). Park Energylandia od początku swojej działalności na Instagramie udostępniał średnio 46 postów każdego miesiąca (stan na 24 kwietnia 2023). Jednak w kwietniu 2023 roku opublikował 95 postów, co wskazuje na wzrost intensywności działań w SM. Na profilu jest 17 wyróżnionych relacji (ang. Highlights Stories) – są to materiały udostępnione pod zdjęciem profilowym i opisem konta na Instagramie, które są widoczne na profilu bez limitu czasowego. Są to m.in. podsumowania sezonu, Q&A (ang. Question and Answer), tj. pytania i odpowiedzi, relacje dotyczące poszczególnych stref w parku itp. Użytkownicy Instagrama, którzy odwiedzają Energylandię, mogą dodawać na swój profil posty oznaczając odwiedzone miejsce poprzez #energylandia. Hashtag ten ma obecnie 127 tys. postów. Dodatkowo oznaczone hashtagiem są poszczególne atrakcje w parku czy całe strefy, np. #ekipalightexplorer można użyć do oznaczenia rollercoastera, który powstał w wyniku współpracy Energylandii i Ekipy – znanej grupy youtuberów (www.instagram.com/energylandia/, 2023, 24 kwietnia).

Park rozrywki Energylandia udostępnia materiały we wszystkich wymienionych wyżej mediach społecznościowych, jednak nie wszędzie z taką samą częstotliwością. Park cieszy się największą popularnością na portalu Facebook, ponieważ liczba obserwatorów na tej platformie jest największa i wynosi 803 tys. Kolejne miejsce zajmuje TikTok, gdzie liczba obserwatorów wynosi 465 tys. Na trzecim miejscu znajduje się Instagram z 243 tys. obserwatorów. Użytkownicy najczęściej wchodzili w interakcję na TikToku i Instagramie, na tych portalach liczba polubień wynosi od kilkuset do kilku tysięcy (stan na 9 maja 2023).

Poza obecnością w SM, prowadzący park Energylandia zauważają także potrzebę współpracy z influencerami, czyli osobami popularnymi w Internecie, o czym może świadczyć formularz zamieszczony na ich stronie WWW. Jest to formularz współpracy z influencerami, którego zdjęcie jest przedstawione poniżej (fotografia 1).

Fotografia 1. Formularz współpracy dla influencera

The screenshot shows the 'Formularz dla influencera' (Influencer Form) on the Energylandia website. The form is titled 'Formularz dla influencera' and is part of the Energylandia website interface. It contains several input fields for personal and social media information, including name, email, phone number, Instagram and YouTube links and nicknames, and blog information. There are also sections for 'Inne' (Other) and 'Twoje propozycje świadczeń w ramach współpracy*' (Your service proposals within the cooperation*). The form is designed to collect contact and collaboration details from influencers.

Źródło: www.energylandia.pl (2023, 24 kwietnia)

W formularzu tym należy podać swoje dane osobowe, adres email czy numer telefonu. Wymagany elementem jest też załączenie linku do swoich mediów społecznościowych, jak również przedstawienie propozycji współpracy z parkiem i deklarowanej liczby wejść w ramach współpracy. Formularz kontaktu dla influencera jest bez wątpienia narzędziem, które ułatwia kontakt i nawiązanie współpracy. Energylandia współpracowała z wieloma twórcami. Są wśród nich m.in. Surmi, Sitr0x, Jawor, Team X czy Ekipa. W większości przypadków współpraca ograniczała się do nagrania przez influencerów materiałów wideo, na których testują oni dostępne w parku atrakcje (www.youtube.com/channel/UCPj-Bs4Pfub_Bm04BOfyDoA, 2023, 24 kwietnia).

W celu zbadania zagadnienia dotyczącego działalności obszaru destynacji turystycznej w SM poza obserwacją uczestniczącą, 23 maja 2023 r. został przeprowadzony wywiad. Wykonano badanie online, do którego użyto kwestionariusza wywiadu, udostępnionego za pomocą komunikatora internetowego. Wywiad został przeprowadzony z kierownikiem Referatu Obsługi Ruchu Turystycznego Urzędu Miejskiego w Wadowicach.

Jak wynika z obserwacji autorki oraz z przeprowadzonego wywiadu miasto Wadowice wykorzystuje do komunikacji w SM cztery platformy: Facebook, Instagram, YouTube i TikTok. Na profilach można zauważyć zarówno komunikację z mieszkańcami, jak i odwiedzającymi miasto Wadowice. W SM udostępniane są zatem posty informacyjne dotyczące ważnych dla mieszkańców kwestii oraz posty promujące wydarzenia czy atrakcje turystyczne kierowane do odbiorców zewnętrznych, czyli turystów i odwiedzających.

Profil miasta Wadowice na Facebooku został utworzony 13 marca 2012 r. i działa pod nazwą „Wadowice – tu wszystko się zaczęło”. Ma on 9,4 tys. obserwujących (stan na 9 czerwca 2023). Zamieszczone zostały tam informacje, takie jak adres, e mail oraz link do pozostałych portali społecznościowych: Instagrama, YouTube, TikToka oraz do strony internetowej. Miasto Wadowice wydaje się być dość aktywne na portalu Facebook, jednak liczba dodawanych w ciągu miesiąca postów jest zależna od liczby odbywających się w mieście wydarzeń (www.facebook.com/lubiewadowice, 2023, 9 czerwca). W maju 2023 r. było to 56 postów, a w styczniu 2023 r. – 39 postów.

Konto miasta Wadowice na Instagramie zostało założone w maju 2017 r. Od tego czasu dodano 525 postów. Obecnie profil ma 1525 obserwujących. W opisie profilu wyróżniono linki do Muzeum Domu Rodzinnego Jana Pawła II, burmistrza Wadowic czy Wadowickiego Centrum Kultury. Jest tam też adres i link do strony internetowej. Od początku utworzenia konta na tej platformie dodawano średnio 7 postów miesięcznie. W maju 2023 r. dodanych zostało 19 postów, a w styczniu 2023 udostępniono tylko 6 postów. Podobnie jak w przypadku Facebooka liczba dodawanych materiałów jest zależna od liczby wydarzeń. Mimo tej sezonowości warto podkreślić, że na Instagramie umieszczanych jest mniej postów niż na Facebooku w porównaniu do tych samych miesięcy (www.instagram.com/wadowice_tuwszystkosiezaczelo, 2023, 9 czerwca).

Platformą społecznościową, na której Wadowice mają najkrócej konto, jest TikTok. Konto Wadowic zostało założone tam w grudniu 2022 r i ma 5 obserwatorów. Obecnie na profilu jest jeden film z liczbą 162 wyświetleń. Działalność na TikToku nie jest na zadawalającym poziomie, jest to profil, który został utworzony, ale nie jest rozwijany. Dodatkowo link do konta na TikToku jest umieszczony na innych SM, nie ma go jednak na stronie internetowej urzędu miasta (www.tiktok.com/@_wadowice, 2023, 9 czerwca).

Znacznie lepiej sytuacja wygląda, jeśli chodzi o wykorzystanie kanału YouTube. Konto Wadowic na tym portalu powstało 30 czerwca 2015 r., ma obecnie 328 subskrybentów i 88 272 wyświetlenia, dodanych zostało 81 filmów (stan na 9 czerwca 2023). Również na tej platformie zamieszczone zostały linki do pozostałych SM i strony internetowej urzędu miasta. Mimo iż Wadowice konto na YouTube założyły 3 lata po uruchomieniu Facebooka, trudno porównywać liczbę materiałów dodawanych na obu portalach (www.youtube.com/@lubiewadowice, 2023, 9 czerwca).

Wadowice w swojej działalności w mediach społecznościowych znacznie częściej udostępniają materiały w formie zdjęć i grafik niż materiały wideo. Najchętniej korzystają z portalu Facebook, gdzie udostępnianych jest od 30 do nawet 60 postów w ciągu miesiąca, drugą najpopularniejszą platformą jest Instagram; tam publikuje się średnio ok. 8 postów miesięcznie, natomiast na YouTube w ciągu roku udostępnia się ok. 10 filmów.

Osoba udzielająca wywiadu podkreślała, że „media społecznościowe służą nam głównie do komunikacji z mieszkańcami, turystami i pielgrzymami. Komunikacja ta ma wymiar zwłaszcza informacyjny, promocyjny i edukacyjny”. Jak wynika z obserwacji, w SM Wadowic regularnie pojawiają się relacje z wydarzeń. W wywiadzie podkreślono, że komunikacja w SM ma charakter ciągły nieokazjonalny, co oznacza, że materiały na profilach społecznościowych miasta są udostępniane na bieżąco. Jednym z głównych działań podejmowanych w SM Wadowic jest wielowymiarowe wzmacnianie świadomości marki Wadowic jako miasta papieskiego, posiadającego bogatą historię oraz otwartego dla mieszkańców, turystów i pielgrzymów. W mediach społecznościowych Wadowic przeprowadzane są kampanie zarówno planowane, jak i zamieszczane *ad hoc*. Wydarzenia cykliczne, np. rocznice

papieskie czy wydarzenia wynikające z kalendarza, takie jak ferie w Wadowicach, zabawy świąteczne, obchody Światowego Dnia Turystyki, a także spotkania kulturalne i sportowe oraz kampanie takie jak: „Wadowice po Dworsku”, „Jestem z Wadowic”, „Tropem wadowickich sokołów” są kampaniami planowanymi z wyprzedzeniem. Natomiast są też działania wynikające z potrzeby chwili, których nie da się wcześniej zaplanować. Konieczne jest w takich sytuacjach zamieszczanie informacji w SM na bieżąco, bez wcześniejszego przygotowania.

Miasto Wadowice w SM skupia się na kampaniach nazywanych cyklami tematycznymi, które mają charakter informacyjno-promocyjny i pokazują miasto jako ośrodek z bogatą i wartą poznania historią. Cykle tematyczne udostępniane w SM są zawsze planowane. Jednym z cykli tematycznych jest kampania przeprowadzana na Instagramie. Na potrzeby utworzenia kampanii powstał specjalny hashtag #JestemZWadowic. Na instagramowym profilu miasta Wadowice (wadowice_tuwszystkosiezaczelo) dodawane są posty dotyczące osób związanych z Wadowicami. Nie wszystkie z zaprezentowanych postaci urodziły się czy mieszkały w Wadowicach. Uwzględnione są tu też osoby, które poprzez swoje działania miały wpływ na rozwój miasta. We wszystkich postach z danego cyklu znajduje się zdjęcie prezentowanej osoby, jej życiorys, osiągnięcia czy też ważne dla miasta wydarzenia związane z tą postacią. Celem cyklu jest przybliżenie sylwetek osób (zarówno mężczyzn, jak i kobiet) ważnych dla rozwoju miasta Wadowice. Jak wspomniano w udzielonym na potrzeby niniejszej pracy wywiadzie, „cykl został uruchomiony po zastoju pandemicznym, na sezon letni 2022 i miał na celu zainteresować miastem i pokazać je z innej perspektywy, docelowo zachęcić potencjalnych turystów do przyjazdu”. Obecnie na profilu miasta jest już 16 postów z #JestemZWadowic (stan na 5 czerwca 2023).

Istotną kwestią działalności jednostek samorządu terytorialnego w SM jest również monitorowanie efektywności przeprowadzanych kampanii. Pozwala to na określenie skuteczności działań i wskazanie ewentualnych obszarów, które wymagają poprawy. Jak wynika z przeprowadzonego wywiadu, osoby odpowiedzialne za SM Wadowic zbierają dane ze wszystkich platform społecznościowych, które prowadzą. Są to głównie statystyki zawierające informacje o zasięgu danych postów, liczbie wyświetleń, aktywności oraz grupach docelowych wraz z lokalizacją. W ocenie autorki opisane powyżej działania są niekompletne i nie są w stanie w pełni wykorzystać potencjału wynikającego z zastosowania Social Media Marketingu w działalności turystycznej. Są to statystyki, które bez planu i strategii działania są bez większej wartości. Przed rozpoczęciem monitorowania działań w SM należałoby określić cel ogólny. Jak wspomniano w wywiadzie, Wadowice chcą dotrzeć do odbiorców z ofertą, która opiera się na kulcie św. Jana Pawła II. Warto więc byłoby za cel działalności w mediach społecznościowych obrać dotarcie z ofertą miasta do potencjalnych odbiorców, czyli turystów i pielgrzymów, oraz zaangażować ich w komunikację. Aby zrealizować wyznaczony cel, należy określić, jakie narzędzia komunikacji będą przydatne i które wskaźniki pozwolą zmierzyć stopień realizacji celu. Ważne jest takie sformułowanie celu działań komunikacyjnych, aby był on mierzalny. Następnie należy dobrać odpowiednie narzędzia i sposób pomiaru rezultatów.

Wadowice w swojej analizie SM nie porównują osiąganych wyników z wynikami innych jednostek samorządów terytorialnych działających w sieci. Jak zostało podkreślone w wywiadzie, skupiają się „na działaniach informacyjno-promocyjnych”. Zauważają jednak, że coraz więcej samorządów prowadzi konta w SM, co jest efektem wzrastającej świadomości potrzeby komunikacji poprzez kanały internetowe. Jednym z celów przeprowadzonego

na potrzeby niniejszego artykułu wywiadu było pozyskanie informacji, czy działalność w SM jednostek samorządu terytorialnego, które są uznawane za atrakcyjne turystycznie, przyczynia się do wzrostu popularności miejsca i zwiększenia zainteresowania przez turystów. Trudno jednoznacznie udzielić odpowiedzi na powyższe pytanie, ponieważ miasto Wadowice nie dysponuje odpowiednimi danymi w tym zakresie. Podczas przeprowadzonego wywiadu uzyskano m.in. informację, że „jeśli chodzi o statystyki liczb turystów, to Referat Obsługi Ruchu Turystycznego prowadzący Informację Turystyczną prowadzi takowe, ale dotyczą one turystów, pielgrzymów, którzy korzystają z usług biura informacji turystycznej. Nie odzwierciedlają one jednak całościowego ruchu turystycznego Wadowic. Bliższe rzeczywistości ruchowi turystycznemu są statystyki prowadzone przez Muzeum Domu Rodzinnego Ojca Św. Jana Pawła II. Natomiast czas pandemiczny, a wcześniej przebudowa Muzeum zachwiały znacząco te same statystyki”.

Ostatnim pytaniem zadany podczas wywiadu było pytanie dotyczące planów na przyszłość. Zapytano, jakie działania będą w przyszłości podejmowane w celu promowania turystyki w Wadowicach za pośrednictwem SM. Ze względu na znaczące wydarzenie – 700-lecie miasta Wadowice, które będzie mieć miejsce w 2027 r. – podjętych zostanie wiele działań promocyjnych związanych z tą uroczystością. „Z tej okazji powstaje już monografia Wadowic, która będzie czterotomowa i będzie wydawana i promowana stopniowo przez kilka lat”. Informacje o wydarzeniu będą pojawiały się również w mediach społecznościowych Wadowic.

Podsumowanie

Zrealizowane na potrzeby niniejszej pracy badania miały na celu przedstawienie sposobów działania Social Media Marketingu i zbadanie ich zastosowania w turystyce na przykładzie parku rozrywki Energylandia oraz Wadowic. Na podstawie analizy uzyskanych wyników można stwierdzić, że Energylandia wykorzystuje media społecznościowe do działań marketingowych. Dzięki komunikacji w SM informuje swoich odbiorców o planowanych wydarzeniach i konkursach, ale też promuje markę Energylandia. Informacje udostępniane przez park w SM są aktualne, co świadczy o odpowiedzialności i wiarygodności marki. Wraz z powstawaniem i popularyzacją nowych portali społecznościowych, takich jak Instagram czy TikTok park Energylandia dostosowywał do nich swoją komunikację marketingową i założył konta na tych platformach. Materiały udostępniane w poszczególnych SM są przygotowane w profesjonalny sposób i dopasowane do charakteru danej platformy. Energylandia śledzi aktualne trendy i stara się dostosowywać do nich publikowane w SM treści. Park Rozrywki Energylandia dostrzega również potrzebę zastosowania w swojej działalności promocyjnej Influencer Marketingu. Podejmując współpracę z influencerami i youtuberami, którzy docierają do wielu odbiorców (np. Ekipa, której założyciel Karol „Friz” Wiśniewski generuje kilkumilionowe zasięgi, tj. YouTube – 4,84 mln obserwujących, Instagram – 3,6 mln obserwujących, TikTok – 2,5 mln obserwujących; stan na czerwiec 2023), pomaga w budowaniu i umacnianiu świadomości odbiorców marki Energylandia. Na podstawie liczby interakcji, tj. polubień, obserwacji czy udostępnień postów publikowanych przez park, komunikacja za pośrednictwem SM jest oceniana przez odbiorców pozytywnie. Działania podejmowane w SM nie są obojętne, jeżeli chodzi o ich wpływ na wzrost popularności obiektu. Przyczyniają się one również do budowania pozytywnego wizerunku i nawiązywania relacji z klientami.

Badanie dotyczące działalności miasta Wadowice w SM wykazało, że w Wadowicach

jako jednostce samorządu terytorialnego rozumie się potrzebę komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych. Miasto aktywnie udziela się w sieci z wykorzystaniem kont na czterech portalach społecznościowych. W swojej komunikacji w SM działa wieloaspektowo: informuje, promuje i edukuje. Profile Wadowic na wszystkich (poza TikTokiem) portalach społecznościowych są na bieżąco rozwijane i aktualizowane. Posty dodawane są regularnie, co świadczy o zaangażowaniu pracowników w działalność SM i rozwoju tej formy komunikacji. Działalność w SM nie kończy się w momencie dodawania postów na profile społecznościowe, ważne jest też monitorowanie efektywności tych materiałów. W Wadowicach zbierane są informacje dotyczące zasięgu danego postu, liczby wyświetleń, aktywności oraz grupy docelowej wraz z lokalizacją. Są to dane statystyczne, które bez określenia konkretnych celów działalności w SM są niemiarodajne, jeżeli chodzi o określenie efektywności działań. Aby w pełni wykorzystać potencjał komunikacji poprzez SM, monitorowanie działalności powinno rozpocząć się od określenia mierzalnych celów, doboru odpowiednich narzędzi komunikacji i sposobu pomiaru rezultatów. W Wadowicach nie prowadzi się oceny działalności w mediach społecznościowych miasta na tle innych jednostek samorządowych. Warto jednak przyglądać się działaniom innych, aby móc na bieżąco śledzić trendy i dostosowywać do nich komunikację. Podczas badania nie uzyskano odpowiedzi na pytanie dotyczące wzrostu liczby turystów dzięki zastosowaniu Social Media Marketingu w działalności Wadowic. Z pewnością komunikacja za pośrednictwem SM jest w turystyce narzędziem, które może służyć do zwiększenia popularności destynacji poprzez ukazanie jej walorów w sieci.

Początkowo plan badań zakładał zbadanie wykorzystania Social Media Marketingu w przedsiębiorstwie *stricte* turystycznym, np. hotelu. Jednak trudno było znaleźć zaplanowaną i aktywnie prowadzoną kampanię marketingową w mediach społecznościowych przez właśnie takie podmioty. Obiektem badań były miejsca o odmiennych cechach, tj. jednostka terytorialna uznawana za atrakcyjną dla turystów i obiekt turystyczny o charakterze rozrywkowym. Takie zestawienie pozwoliło w pełni ukazać różne potrzeby zastosowania SM w zależności od charakteru miejsca, jak również grupy docelowej. Wykorzystanie SM w turystyce jest widoczne, ale z obserwacji wynika, że przedsiębiorstwa takie jak hotele nie w pełni wykorzystują potencjał działalności Social Media Marketingu w swojej branży. Bardziej aktywne w mediach społecznościowych są obiekty czy atrakcje, które są innowacyjne i dynamicznie się rozwijają, np. Energylandia. Z kolei jednostki terytorialne wykorzystują w swojej działalności SM w stopniu umiarkowanym.

Literatura

References

- Adamik-Szysiaak, M. (2014). Social Media Marketing - kreowanie wizerunku polityka w przestrzeni wirtualnej na przykładzie liderów polskiej sceny politycznej. *Rocznik Nauk Społecznych*, 1, 111-136.
- Analiza najlepszych kampanii na Facebooku. 2012 r.* (2023, 15 listopada). Pozyskano z: https://www.truesocialmetrics.com/blog/analyzing-best-facebook-campaigns?locale=pl_PL
- Aquabumps Road Trip - New Zealand.* (2023, 15 listopada). Pozyskano z: <https://vimeo.com/41749155>
- Ayeh, J.K., Leung, D., Au, N., Law, R. (2012). Perceptions and Strategies of Hospitality and Tourism Practitioners on Social Media: An Exploratory Study. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 1-12.
- Braun, P. (2004). Regional Tourism Networks: The Nexus between ICT Diffusion and Change in Australia. *Information Technology and Tourism*, 6(4), 231-244.

- Buhalis, D. (1999). Information Technology for Small and Medium-sized Tourism Enterprises: Adaptation and Benefits. *Information Technology and Tourism*, 2, 79-95.
- Buhalis, D. (2003). *Etourism: Information Technologies for Strategic Tourism Management*. Financial Times/Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Castillo Esparcia, A., Smolak-Lozano, E. (2012). Social media marketing as the new paradigm in the development of innovative tools of communication with costumers. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu*, 26, 147-161.
- Evans, G., Peacock, M. (1999). A Comparative Study of ICT and Tourism and Hospitality SMEs in Europe. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 247-258.
- Gomułka, A. (2023, 24 kwietnia). Park Rozrywki Energylandia odwiedziło w tym roku 1,8 mln gości. Pozyskano z: www.bankier.pl/wiadomosc/Park-Rozrywki-Energylandia-odwiedzilo-w-tym-roku-1-8-mln-gosci-8210873.html
- Gretzel, U., Yoo, K., Purifoy, M. (2007). *Online Travel Review Study. Role & Impact of Online Travel Reviews*. Laboratory for Intelligent Systems in Tourism.
- Grębosz, M., Siuda, D., Szymański, G. (2016). *Social Media Marketing*. Łódź: Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej.
- Kachniewska, M. (2014). Big Data Analysis jako źródło przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw i regionów turystycznych. *Folia Turistica*, 32, 35-54.
- Kachniewska, M. (2017). Strategie marketingowe przedsiębiorstw i regionów turystycznych w mediach społecznościowych. *Studia Oeconomica Posnaniensia*, 5(4), 183-207.
- Main, H.C. (2001). The Expansion of Technology in Small and Medium Hospitality Enterprises With a Focus on Net Technology. *Information Technology and Tourism*, 4(3), 167-174.
- Matuszewska, M., Skóra, J., Darul, D., Gajda, M., Górczewska, K., Kistowska, P., Graja-Zwolińska, S. (2016). Promocja wielkopolskiej turystyki wiejskiej w mediach społecznościowych. *Turystyka Wiejska. Zagadnienia Ekonomiczne i Marketingowe*, 172-182.
- Polańska, K. (2011). Biznesowy charakter mediów społecznościowych. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Studia Informatica*, 28, 73-87.
- Social Media Marketing – wszystko, co musisz o nim wiedzieć*. (2022, 15 sierpnia). Pozyskano z: <https://dais.pl/social-media-marketing-wszystko-co-musisz-o-nim-wiedziec>
- Strzębicki, D. (2020). Znaczenie instrumentów marketingu online w turystyce. *Zeszyty Naukowe. Turystyka i Rekreacja*, 2(26), 97-110.
- Sułkowski, Ł., Kaczorowska-Spychalska, D. (2014). Communication of Polish Cities in Social Media. *International Journal of Contemporary Management*, 13(4), 39-52.
- Turoń, K., Juzek, M. (2015). Content Marketing – koncepcja marketingu alternatywnego na przykładzie firm kurierskich. *Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*, 87, 87-94.
- Werenowska, A. (2019). Social media marketing (SMM) jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z grupami otoczenia. *Turystyka i Rozwój Regionalny*, 12, 95-102.

Netografia

www.energylandia.pl/
www.facebook.com/EnergyLandia
www.tiktok.com/@energylandia_official
www.youtube.com/channel/UCPj-Bs4Pfub_Bm04BOfyDoA
www.instagram.com/energylandia/
www.facebook.com/lubiewadowice
www.instagram.com/wadowice_tuwszystkosiezacelo
www.tiktok.com/@_wadowice
www.youtube.com/@lubiewadowice/featured
www.facebook.com/missionLatvia/

Ewa Batko, mgr, absolwentka kierunku turystyka i rekreacja o specjalności turystyka biznesowa II stopnia na Uniwersytecie Pedagogicznym im. KEN w Krakowie. Jej główne zainteresowania badawcze dotyczą szeroko rozumianej działalności marketingowej, w tym też e-marketingu. Ponadto interesuje się zagadnieniami dotyczącymi problematyki przedsiębiorczości oraz kształtowania i rozwoju marki osobistej.

Ewa Batko, M.Sc., A graduate of tourism and recreation specializing in business tourism at the Pedagogical University of Krakow. Her main research interests concern the broadly understood marketing activities, including also e-marketing. In addition, she is interested in topics related to entrepreneurship and shaping and development of a personal brand.

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-5607-8994>

Adres/Address:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
email: ewa.batko12@gmail.com

Łukasz Brzezicki

Szpital Miejski w Miastku Sp. z o.o., Polska ■ Municipal Hospital in Miastko Sp. z o.o., Poland

Przegląd badań dotyczących efektywności i produktywności oświaty (szkół podstawowych i ponadpodstawowych) w Polsce, prowadzonych za pomocą metody Data Envelopment Analysis i indeksu Malmquista

A review of research on the efficiency and productivity of primary and secondary education in Poland, conducted using the Data Envelopment Analysis and the Malmquist index

Streszczenie: Celem artykułu jest przedstawienie i ocena prowadzonych za pomocą metody Data Envelopment Analysis (DEA) i indeksu Malmquista badań dotyczących polskich placówek oświatowych. Wykorzystano systematyczny i krytyczny przegląd literatury przedmiotu do zobrazowania postępu badań nad edukacją podstawową i ponadpodstawową. Badania zostały przeanalizowane ze względu na różne kryteria, biorąc pod uwagę: 1) metodę DEA i indeksu Malmquista, 2) grupy i poziom analizy systemu oświatowego, 3) źródła danych i zmienne przyjęte do badania. Wyniki przeglądu pokazują, że choć badań dotyczących polskiego szkolnictwa oświatowego jest niewiele w porównaniu z analizami szkolnictwa wyższego, to są one stosunkowo bardziej zróżnicowane niż badania uczelni. Wcześniej jednak nie dokonano przeglądu badań dotyczących wykorzystania metody DEA i indeksu Malmquista w zakresie analizy systemu oświaty w Polsce, dlatego niniejszy artykuł wypełnił znaną lukę badawczą. Ponadto, wskazano w nim niezagospodarowane obszary oraz źródła danych i modele wykorzystywane w dotychczasowych badaniach, co powinno ukierunkować przyszłych badaczy zajmujących się analizą systemu oświaty na dalszy rozwój i rozszerzenie prowadzonych badań.

Abstract: This research aims to present and evaluate research conducted using Data Envelopment Analysis (DEA) and the Malmquist index on Polish educational institutions. A systematic and critical review of the literature on the subject was used to illustrate the progress of research on primary and secondary education. The studies were analysed for various criteria, considering 1) DEA and Malmquist index models, 2) groups and level of analysis of the educational system, and 3) data sources and variables adopted for the study. The review results show that while there is little research on Polish educational education compared to the analysis of higher education, it is relatively more diverse than universities. Given that there has previously been no review of studies on the use of the DEA method and the Malmquist index for

analysing the educational system in Poland, this article has filled the gap. In addition, undeveloped areas have been identified, as well as data sources and models used in previous research, which should guide future researchers involved in educational system analysis to develop further and expand their research.

Słowa kluczowe: Data Envelopment Analysis; efektywność; gimnazjum; indeks Malmquista; produktywność; szkoła podstawowa; szkoła średnia

Keywords: Data Envelopment Analysis; efficiency; lower secondary education; Malmquist index; primary education; productivity; secondary education

Otrzymano: 13 listopada 2023

Received: 13 November 2023

Zaakceptowano: 9 grudnia 2023

Accepted: 9 December 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Brzezicki, Ł. (2023). Przegląd badań dotyczących efektywności i produktywności oświaty (szkół podstawowych i ponadpodstawowych) w Polsce, prowadzonych za pomocą metody Data Envelopment Analysis i indeksu Malmquista. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 19(2), 115–129. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.8>

Wstęp

Placówki edukacji podstawowej i ponadpodstawowej stanowią powszechny system kształcenia obywateli w Polsce i wpływają na rozwój kapitału ludzkiego. Należy zauważyć, że większość szkół należy do sektora finansów publicznych, ich organem prowadzącym są jednostki samorządu terytorialnego, a kwota subwencji przekazywanych z rządu nie w pełni pokrywa potrzeby zgłaszane przez samorządy (Galiński, 2016). Badanie jednostek oświatowych jest bardzo istotne chociażby z perspektywy samorządów, z uwagi na to, że przepisy prawne wymagają racjonalnego gospodarowania środkami publicznymi.

Z dokonanego przez M.Z. Haddad i Y.M. Heong (2021) przeglądu wynika, że efektywność szkół stała się obszarem dobrze znanym, szeroko badanym i mierzonym na całym świecie przez naukowców stosujących zarówno podejścia niestatystyczne, jak i statystyczne, w tym analizę obwiedni danych (Data Envelopment Analysis – DEA), metodę najmniejszych kwadratów i stochastyczną analizę graniczną (SFA).

Jednak wielu autorów zajmujących się badaniem efektywności szkół oświatowych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista napotyka dużo problemów z tym związanych, w tym problemu związanego ze znalezieniem rzetelnego przeglądu literatury przedmiotu w tym zakresie. Jak wskazują J. Osiewalski, A. Prędkie i G. Szulik (2021: 53) „Autorzy nie znaleźli odpowiedniej pracy o charakterze przeglądowym w literaturze krajowej, stąd wymieniono jedynie przykładowe prace dotyczące badania efektywności różnego typu dla polskich jednostek edukacyjnych. Najbardziej kompleksowe ujęcie przedstawiono w pracy (Brzezicki, 2020a) – dotyczy ono jednak jedynie polskiego szkolnictwa wyższego”. W dotychczasowej literaturze przedmiotu można odnaleźć próby dokonania takiego przeglądu (np. Brzezicki, 2020b; Osiewalski, Prędkie, Szulik, 2021), dokonywane niejako pośrednio podczas prowadzonych badań empirycznych i o charakterze wycinkowym. Z uwagi na oczekiwania naukowców i zaobserwowaną lukę badawczą w zakresie braku całościowego przeglądu badań dotyczącego systemu oświaty postanowiono dokonać kompleksowego przeglądu literatury przedmiotu w zakresie badań obejmujących efektywność

i produktywność szkół oświatowych w Polsce prowadzonych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. Celem artykułu jest przedstawienie i ocena badań dotyczących polskich placówek oświatowych, a przeprowadzonych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. Problem badawczy dotyczył określenia stanu rozwoju prowadzonych w Polsce badań w zakresie analizy efektywności i produktywności systemu oświaty za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista, a także wskazania luk badawczych do dalszych badań w przyszłości w omawianej tematyce.

Metodyka badawcza

Z uwagi na podobną problematykę w artykule postanowiono wykorzystać podejście badawcze przedstawione w pracy Ł. Brzezickiego (2020a), który dokonał przeglądu w zakresie szkolnictwa, dostosowując podejście badawcze do specyfiki placówek oświatowych. Założono, że przegląd musi zostać ograniczony do publikacji naukowych, oficjalnie wydanych, tzn. bez uwzględniania rozpraw doktorskich i wersji roboczych dokumentów, które nie znajdują się w ogólnym dostępie naukowym. Ponadto, badania podejmowane w literaturze przedmiotu muszą dotyczyć polskich szkół oświatowych. Podstawą niniejszego przeglądu jest zestawienie dokonane przez Brzezickiego (2018) dotyczące badań efektywności i produktywności szkół należących do systemu oświaty w Polsce, realizowanych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. Następnie rozszerzono ten zasób o nowe publikacje wydane po okresie sporządzenia zestawienia, wykorzystując różne narzędzia internetowe. Podczas wyszukiwania publikacji w bazach danych, serwisach internetowych poświęconych naukowcom oraz wyszukiwarce Google, uwzględniono następujące słowa kluczowe w dwóch językach (polskim i angielskim): DEA, indeks Malmquista, efektywność, produktywność, szkoły podstawowe, szkoły średnie, szkoły ponadpodstawowe, gimnazja oraz Data Envelopment Analysis, DEA, Malmquist index, efficiency, productivity, primary schools, secondary schools, high schools, middle schools. Ponadto, wyszukiwano publikacje według nazwisk badaczy zajmujących się badaniem systemu oświaty za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. W celu należytego zobrazowania wyników badań posłużono się kryteriami wskazanymi w pracy Brzezickiego (2020a), dostosowując je do specyfiki placówek oświatowych. Przyjęto zatem, iż przegląd zostanie dokonany na podstawie następujących kryteriów: 1) źródła danych i zestawy zmiennych wykorzystanych w badaniach, 2) modele metody DEA i indeksu Malmquista, 3) grupy i poziomy strukturalne badania szkół oświatowych.

Przed przystąpieniem do przedstawienia przeglądu literatury przedmiotu należy najpierw zdefiniować pojęcia efektywności i produktywności stosowane w dotychczasowych badaniach w omawianej tematyce. Pojęcie efektywności w niniejszym artykule będzie rozumiane przez pryzmat metody DEA, która związana jest z technologicznymi możliwościami produkcyjnymi (bez uwzględniania cen czynników produkcji) osiąganymi przez badany podmiot (np. szkoła, jednostka samorządu terytorialnego). Natomiast sama miara efektywności w sensie metody DEA dotyczy efektywności względnej, gdyż poszczególne wskaźniki są obliczane w stosunku do innych obiektów uwzględnionych w badaniu w jednym okresie. W przeciwieństwie do metody DEA, indeks Malmquista, w którym porównuje się relacje wyników do nakładów między dwoma odstępami w czasie, wskazuje poziom zmian produktywności.

Przegląd literatury

W wyniku przeprowadzonej kwerendy literatury przedmiotu zidentyfikowano 22 prace poświęcone badaniu szkół oświatowych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. Wstępne rozpoznanie wykazało, że po pierwsze, zdecydowana większość badań została opublikowana w formie artykułów naukowych w języku polskim, nieliczne zostały wydane w języku angielskim (tabela 1). Dotychczas ukazały się 3 monografie, z czego 2 w całości poświęcone oświacie (Hauer, 2016; Kaczyńska, 2017) i jedna (Biernacki, 2013), w której autor dodatkowo poruszał kwestie ochrony zdrowia. Po drugie, zauważono, jak miało to miejsce w przypadku szkół wyższych (Brzezicki, 2020a), iż badaniem polskich placówek oświatowych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista zajmuje się nieliczna grupa naukowców (tabela 1). W odróżnieniu od badaczy zajmujących się analizą szkolnictwa wyższego (Brzezicki, 2020a) brakuje zdecydowanych liderów badających placówki oświatowe. Dwoje autorów – J. Polcyn i E. Chodakowska – wykonało więcej niż 2 badania, tj. odpowiednio mają oni po 4 i 3 publikacje.

Tabela 1. Zestawienie autorów i ich badań w zakresie efektywności i produktywności placówek oświatowych, realizowanych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista

Lp.	Nazwisko i imię	Liczba badań					Badania
		ogółem	język		forma		
			ang.	pl	art.	inna*	
1.	Biernacki M.	2		2	2		Biernacki (2013), Biernacki, Ejsmont (2017)
2.	Brzezicki Ł.	1		1	1		Brzezicki (2020b)
3.	Chodakowska E.	3	1	2	3		Chodakowska (2009, 2015), Chodakowska, Komuda (2010)
4.	Ejsmont W.	1		1			Biernacki, Ejsmont (2017)
5.	Gałęcka M.	2	1	1	2		Gałęcka (2022), Gałęcka, Kuropka, Szabela-Pasierbińska (2022)
6.	Garsztka P.	2		2	2		Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
7.	Gospodarowicz M.	1		1		1	Gospodarowicz (2009)
8.	Hauer A.	1		1		1	Hauer (2016)
9.	Herman S.	1		1		1	Herman (2014)
10.	Kaczyńska A.	2	1	1	1	1	Kaczyńska (2016, 2017)
11.	Komuda M.	1		1	1		Chodakowska, Komuda (2010)
12.	Osiewalski J.	1		1	1		Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
13.	Polcyn J.	4		4	3	1	Polcyn (2010, 2014a, 2014b, 2016)
14.	Prędkie A.	1		1	1		Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
15.	Staniewska-Garsztka A.	2		2	2		Staniewska-Garsztka, Garsztka, (2011, 2012)
16.	Szulik G.	1		1	1		Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
17.	Wojarska M.	1	1		1		Wojarska (2023)

* rozdział (rozdziały) w monografiach, monografia

Źródło: opracowanie własne

Liczba publikacji dotyczących placówek oświatowych również jest dużo niższa niż w przypadku badań w zakresie szkolnictwa wyższego. Liczba publikacji w zakresie placówek oświatowych wynosi 22 (tabela 2), podczas gdy w zakresie szkolnictwa wyższego od 2005 do 2018 r. wydano ich ponad 80 (metoda DEA i indeks Malmquista zastosowane łącznie bądź oddzielnie) (Brzezicki, 2020a). W poszczególnych latach wydawano średnio 1–2 publikacje, wyjątek stanowi rok 2014 i 2016, w których opublikowano po 3 prace. Co interesujące od 2009 r. co roku wydawano publikację poświęconą ww. tematyce. Jednak w latach 2018–2019 nie ukazała się ani jedna praca. Dopiero w latach 2020–2023 znów odnotowano systematyczny proces publikacyjny.

Tabela 2. Liczba opublikowanych badań w poszczególnych latach

2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2020	2021	2022	2023	Σ
2	2	1	1	1	3	1	3	2	1	1	2	1	22

Źródło: opracowanie własne

Z uwagi na specyfikę placówek oświatowych, których organem prowadzącym są jednostki samorządu terytorialnego, badania były realizowane na dwóch płaszczyznach, tj. analizy samych placówek oświatowych lub jednostek samorządu terytorialnego (tabela 3). Dla przykładu Polcyn (2014a) oceniał efektywność kształcenia w liceach ogólnokształcących w poszczególnych powiatach województwa wielkopolskiego, a M. Biernacki i W. Ejsmont (2017) – efektywność 20 liceów ogólnokształcących we Wrocławiu.

Tabela 3. Płaszczyzny analizy systemu oświatowego w Polsce

Płaszczyzna	Badanie
Placówka oświatowa (szkoła)	Biernacki (2013), Biernacki, Ejsmont (2017), Brzezicki (2020b), Chodakowska (2009, 2015), Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
Jednostka samorządu terytorialnego (gmina, powiat, województwo)	Galecka (2022), Galecka, Kuropka, Szabela-Pasierbińska (2022), Gospodarowicz (2009), Hauer (2016), Herman (2014), Polcyn (2014a, 2014b), Kaczyńska (2016), Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011, 2012), Wojarska (2023)

Źródło: opracowanie własne

Autorzy badający efektywność systemu oświaty za przedmiot swoich rozważań przyjmowali różne typy szkół (tabela 4). Przeważnie prowadzone badania dotyczyły szkolnictwa podstawowego i szkolnictwa ogólnokształcącego – razem bądź oddzielnie. Na trzeciej pozycji odnotowano badanie gimnazjów, ale po reformie oświaty jednostki te zostały całkowicie wygaszone i zastąpione ośmioletnią szkołą podstawową, zamiast szkoły sześciolletniej. Warto również zwrócić uwagę na fakt, że tylko w jednym badaniu (Hauer, 2016) przeanalizowano efektywność szkolnictwa zawodowego. Pomiar efektywności kształcenia dokonany przez Hauer (2016) obejmował zasadnicze szkoły zawodowe, ponadpodstawowe, ponadgimnazjalne średnie szkoły zawodowe – technika i technika uzupełniająca oraz szkoły policealne dla młodzieży dające możliwość uzyskania

kwalifikacji zawodowych. Drugą kluczową kwestią jest fakt, że jednostkami badawczymi były niemalże wyłącznie szkoły. Jedynie Polcyn (2010) oszacował efektywność w zakresie oddziału, biorąc pod uwagę profil w technikum. Odnotowano jedną pozycję literaturową (Brzezicki, Pietrzak, Cieciora, 2022) w zakresie oszacowania efektywności szkół oświatowych (podstawowych i średnich) oraz szkolnictwa wyższego łącznie. Po połączeniu dwóch osobnych ministerstw odpowiadających za oświatę i szkolnictwo wyższe w jedno wspólnie ten rodzaj podejścia badawczego wydaje się bardziej odpowiadać rzeczywistym warunkom edukacji w Polsce. Chociaż oddzielne oszacowanie efektywności różnych typów ma również swoje uzasadnienie merytoryczne, chociażby z perspektywy jednostek zarządzających danym rodzajem szkoły. W literaturze przedmiotu szczególnie zagranicznej popularne jest badanie szkół danego typu lub całych systemów edukacji w różnych krajach. M. Gospodarowicz (2009) oszacował efektywność szkół podstawowych i gimnazjalnych w gminach województwa mazowieckiego. Natomiast S. Herman (2014) zmierzył efektywność szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz szkół ponadgimnazjalnych na terenie 314 powiatów oraz 65 miast na prawach powiatu. Z kolei Gałęcka (2022) oceniła produktywność szkół ogólnokształcących i zawodowych we wszystkich województwach, biorąc pod uwagę lokalizację szkół w mieście lub na wsi.

Tabela 4. Typy placówek oświatowych i poziomy strukturalne badania szkół oświatowych

Poziomy strukturalne	Klasyfikacja jednostek		Badanie
Szkoly systemu oświaty		przedszkola	Kaczyńska (2017)
	szkoly	szkolnictwo podstawowe	Kaczyńska (2016, 2017), Staniewska-Garszka i Garszka (2011, 2012), Wojarska (2023)
		gimnazja	Chodakowska (2009, 2015), Chodakowska i Komuda (2010), Polcyn (2016), Kaczyńska (2017)
		szkolnictwo ogólnokształcące	Biernacki (2013), Biernacki, Ejsmont (2017), Brzezicki (2020), Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021), Polcyn (2014a)
		szkolnictwo zawodowe	Hauer (2016)
		różne typy szkół oświatowych w Polsce	Gałęcka (2022), Gospodarowicz (2009), Herman (2014), Polcyn (2014b)
	oddziały	technikum	Polcyn (2010)
Szkoly systemu oświatowego i szkolnictwa wyższego łącznie w danym kraju	szkoly podstawowe, średnie i wyższe w Polsce		Brzezicki, Pietrzak, Cieciora (2022)
Badania międzynarodowe	szkoly danego typu w różnych krajach lub ocena całości oświaty w różnych krajach		Aparicio i in. (2018), Dima, Kotosz, Dima (2020), Dincă i in. (2021), Kozuń-Cieślak (2010), Mergoni, Soncin, Agasisti (2023)

Źródło: opracowanie własne

Do badania szkolnictwa oświatowego są wykorzystywane zróżnicowane dane (tabela 5), w zależności od celu analizy (tabela 6), jednak przeważają zmienne finansowe i statystyczne. Do najczęściej przyjmowanych danych po stronie nakładów modelu przyjmowano wartość wydatków na oświatę w wartościach bezwzględnych lub w przeliczeniu na szkołę, ucznia oraz koszt wynagrodzeń nauczycieli. Natomiast po stronie wyników uwzględniano wyniki egzaminu gimnazjalnego, matur lub miarę edukacyjnej wartości dodanej mającej ocenić jakość oferowanej edukacji w danej szkole lub jednostce samorządu terytorialnego. Rzadziej wykorzystywano wartości ilościowe w postaci liczby absolwentów.

Tabela 5. Zestawienie zmiennych przyjmowanych w literaturze przedmiotu po stronie nakładów i efektów podczas szacowania efektywności oświaty

Badanie	Nakłady	Efekty
Gospodarowicz (2009)	Relacja wartości subwencji oświatowej do wydatków oświatowych, wydatki na odpowiedni typ szkoły w relacji do liczby uczniów z danego poziomu nauki zarejestrowanych w gminie, dynamika wydatków oświatowych na 1 mieszkańca gminy, stan zasobów bibliotecznych w gminie (księgozbiór) w przeliczeniu na 1 ucznia	Wynik egzaminu w ramach szkolnictwa podstawowego i gimnazjalnego
Chodakowska (2009)	Średni wynik na sprawdzianie po szkole podstawowej uczniów kontynuujących naukę w danym gimnazjum	Średni przyrost wiedzy w gimnazjum, średni wynik egzaminu gimnazjalnego, liczba punktów uzyskanych we współzawodnictwie sportowym w stosunku do liczby uczniów gimnazjum
Staniewska-Garszka, Garszka (2012)	Wydatki przeznaczone na wynagrodzenia dla nauczycieli, średnia liczba uczniów w oddziale, średnia liczba uczniów w szkole, liczba etatów nauczycielskich, liczba komputerów w szkole	Średni wynik egzaminu w ramach szkolnictwa podstawowego
Biernacki (2013)	Średnia liczba punktów gimnazjalnych z przedmiotów matematyczno-przyrodniczych, koszt etatu, stosunek uczniów do nauczycieli	Średnia liczba punktów otrzymanych na maturze z matematyki przez absolwentów analizowanego liceum
Herman (2014)	Odsetek 5-latków objętych obowiązkiem przedszkolnym, liczba komputerów z dostępem do Internetu, księgozbiór bibliotek, średnia liczba uczniów w klasie, średni wynik egzaminu gimnazjalnego, wydatki w rozdziale 80120: Licea ogólnokształcące oraz w rozdziale 80130: Szkoły zawodowe	Średni wynik sprawdzianu w szkole podstawowej, średni wynik egzaminu gimnazjalnego, średnia zdawalność egzaminu maturalnego
Polcyn (2014a)	Wydatki na oświatę i wychowanie, liczba oddziałów LO, liczebność oddziałów LO, poziom wykształcenia mieszkańców, stan bezrobocia rejestrowanego, przeciętne wynagrodzenie brutto	Liczba absolwentów LO, liczba przystępujących do egzaminu maturalnego, średni wynik maturalny, liczba absolwentów, którzy zdali egzamin maturalny

Polcyn (2014b)	Wydatki na jednego ucznia, liczebność szkoły, liczebność oddziału, liczba uczniów przypadająca na nauczyciela	Zdawalność egzaminu maturalnego
Chodakowska (2015)	Odsetek uczniów posiadających orzeczenie o potrzebie kształcenia specjalnego, liczba uczniów, którzy nie opuścili więcej niż 30% zajęć, liczba uczniów placówki uczestniczących w zajęciach pozalekcyjnych, realizacja kształcenia integracyjnego w szkole	Średnia liczba punktów uzyskanych na egzaminie z części humanistycznej w stosunku do średniej oczekiwanej według EWD, liczba punktów uzyskanych we współzawodnictwie sportowym, względna zmiana wyników egzaminu
Polcyn (2016)	Udział nakładów oświatowych w przeliczeniu na ucznia, poniesionych na nauczycieli: stażystów, kontraktowych, mianowanych i dyplomowanych, liczba uczniów w przeliczeniu na nauczyciela	Wyniki egzaminacyjne gimnazjum z przedmiotów humanistycznych i matematyki oraz edukacyjna wartość dodana (EWD) z języka polskiego i matematyki
Kaczyńska (2016)	Wydatki bieżące ponoszone na publiczne szkoły podstawowe, dotacje celowe na wydatki bieżące niepublicznych szkół podstawowych oraz środki przekazywane m.in. w formie świadczeń rzeczowych, świadczeń socjalnych, nagród dla nauczycieli, stypendiów dla uczniów i innych form zasiłków dla uczniów	Wyniki uczniów ze sprawdzianu zewnętrznego na zakończenie szkoły podstawowej
Hauer (2016)	Liczba pomieszczeń dydaktycznych przypadająca na oddział, liczba oddziałów przypadająca na nauczyciela, liczba wydatków budżetowych przypadająca na oddział	Liczba wydanych dyplomów potwierdzających kwalifikacje zawodowe przypadająca na absolwenta szkoły zawodowej, liczba absolwentów szkół zawodowych, którzy po raz pierwszy podjęli pracę
Biernacki, Ejsmont (2017)	Średni wynik z egzaminu gimnazjalnego z części matematyczno-przyrodniczej absolwentów danego liceum, średnia pensja brutto nauczycieli w danym liceum, liczba uczniów na jednego nauczyciela	Liczba absolwentów liceum, średni wynik egzaminu maturalnego z matematyki na poziomie podstawowym
Brzezicki (2020b)	Pracownicy pedagogiczni	Absolwenci, średnia wyników matur z języka polskiego i matematyki na poziomie podstawowym, wartość wskaźnika rankingowego WaszaEdukacja.pl
Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)	Łączny wymiar etatu nauczycieli pracujących w jednostce, liczba zwykłych sal lekcyjnych, liczba pracowni szkolnych	Zmodyfikowana postać wskaźnika edukacyjnej wartości dodanej (EWD)
Gałecka (2022)	Liczba uczniów na oddział, etaty nauczycieli, liczba szkół, odsetek osób z wyższym wykształceniem, stopa bezrobocia, aktywność zawodowa w wieku 15–24 lat, aktywni zawodowo bezrobotni.	Odsetek zdawalności egzaminu maturalnego

Gałęcka, Kuropka, Szabela-Pasierbińska (2022)	Wydatki na edukację ponoszone zarówno przez budżet państwa, jak i JST, a także wartość wynagrodzeń	Liczba punktów uzyskanych przez uczniów na egzaminie gimnazjalnym z matematyki oraz odsetek osób, które zdały egzamin maturalny.
Wojarska (2023)	Wydatki z budżetu gminy na szkoły podstawowe w przeliczeniu na jednego ucznia oraz w przeliczeniu na pełny wymiar czasu pracy zatrudnionych nauczycieli, udział wydatków z budżetu gminy na szkoły podstawowe w wydatkach ogółem budżetów gmin, liczba oddziałów w szkołach na 16 uczniów – wskaźnik jest odwrotnością wskaźnika „liczba uczniów w klasie”, liczba nauczycieli w przeliczeniu na pełne etaty na 10 uczniów	Wynik egzaminu ósmoklasisty z języka polskiego, matematyki, języka obcego nowożytnego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Brzezicki (2020b) oraz własnych badań

Tabela 6. Kontekst analizy

Kontekst	Badanie
Awans zawodowy nauczycieli	Polcyn (2016), Hauer (2016)
Poziom rozwoju/wielkość JST	Kaczyńska (2016), Staniewska-Garsztka i Garsztka (2011), Wojarska (2023)
Poziom wydatkowania środków publicznych	Gałęcka, Kuropka, Szabela-Pasierbińska (2022), Polcyn (2014b)
Charakter procesu edukacyjnego (jakość a ilość absolwentów)	Brzezicki (2020b)
Analiza porównawcza różnych typów szkół średnich (technikum vs. LO)	Gałęcka (2022)
Wrażliwość rankingów na zmiany przyjętych zmiennych	Chodakowska, Komuda (2010)
Benchmarki i określenie wartości optymalnych, aby jednostki były efektywne	Hauer (2016), Polcyn (2014a)

Źródło: opracowanie własne

Interesujące wyniki badań zaprezentował Polcyn (2016), który oszacował efektywność oświaty w gminach, uwzględniając poziom awansu nauczycieli. Hauer (2016) również przedstawiła wyniki efektywności kształcenia zawodowego, biorąc pod uwagę stopnie awansu nauczycieli. A. Kaczyńska (2016) zaś dokonała analizy efektywności wydatków publicznych na szkoły podstawowe w województwie wielkopolskim z uwzględnieniem trzech typów gmin: miejskiej (w tym miast z prawami powiatu), miejsko-wiejskiej i wiejskiej. Natomiast A. Staniewska-Garsztka i P. Garsztka (2011) przeanalizowali gminy w województwie lubuskim, wielkopolskim i zachodniopomorskim. M. Wojarska (2023) oceniła efektywność zasobów (finansowych i ludzkich) wykorzystywanych przez jednostki samorządu terytorialnego do realizacji zadań z zakresu edukacji podstawowej w kontekście rodzaju (gmina miejska vs. wiejska) i zamożności gminy. Brzezicki (2020b) za pomocą dwóch modeli empirycznych, z których pierwszy dotyczył charakterystyki ilościowej (liczby absolwentów), a drugi – aspektu jakościowego (wyników matur, wartość wskaźnika rankingowego),

oszacował efektywność LO w Szczecinie. Z kolei Chodakowska i M. Komuda (2010) zbadały wrażliwość rankingów edukacyjnych na zmianę zmiennych przyjętych do ich konstruowania. Gałęcka (2022) przeprowadziła analizę porównawczą produktywności dwóch typów szkół średnich (technikum vs. LO).

Kolejną grupą są badania, w których autorzy (Hauer 2016, Polcyn 2014a) wskazywali optymalne wartości danych przyjętych do analizy, aby badane jednostki stały się efektywne. Natomiast Polcyn (2014b) oraz Gałęcka, I. Kuropka, E. Szabela-Pasierbińska (2022) oceniali poziom wydatkowania środków publicznych na działalność oświatową.

Dane do badań pozyskiwano z różnych źródeł (tabela 7), ale w zakresie wyników egzaminów i matur praktycznie tylko z Okręgowych Komisji Egzaminacyjnych. Zauważono również, że w zależności od poziomu analizowanej struktury systemu oświatowego wykorzystywano inne źródła. Dla przykładu, gdy autor badał efektywność szkół np. w mieście, gminie, pozyskiwał dane z urzędu miasta, gminy, a gdy analiza dotyczyła np. powiatów lub województw – z danych GUS, w tym Banku Danych Lokalnych. Chociaż nie w każdym przypadku miało to miejsce, z uwagi na fakt, że pewne dane nie były zbierane przez statystykę publiczną lub miały postać relacyjną, a nie bezwzględną – liczbową. Wówczas i tak naukowcy zwracali się do innych organów, np. kuratorium oświaty, o oczekiwane dane.

Tabela 7. Źródła danych wykorzystanych w badaniach

Dane	Źródło	Badanie
Pracownicy pedagogiczni, wymiar etatu nauczycieli pracujących w jednostce, liczba etatów nauczycielskich w przeliczeniu na ucznia	urząd miasta, kuratorium oświaty, Ministerstwo Edukacji Narodowej, Bank Danych Lokalnych GUS	Brzezicki (2020b), Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021), Polcyn (2016), Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
Koszt etatu pracowników szkoły	kuratorium oświaty	Biernacki (2013)
Liczba uczniów w szkole, liczba uczniów w klasie	urząd miasta, Bank Danych Lokalnych GUS	Brzezicki (2020b), Herman (2014)
Wydatki bieżące gmin na zakup materiałów i usług (w oświacie i edukacji)	Bank Danych Lokalnych GUS	Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
Wydatki bieżące gmin na wynagrodzenia w stosunku do liczby nauczycieli	Bank Danych Lokalnych GUS	Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
Wydatki bieżące ponoszone na publiczne szkoły podstawowe	sprawozdania budżetowe gmin	Kaczyńska (2016), Wojarska (2023)
Wielkość dotacji w stosunku do liczby szkół	Bank Danych Lokalnych GUS	Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
Liczba absolwentów	urząd miasta, Ministerstwo Edukacji Narodowej	Brzezicki (2020b), Polcyn (2016)
Wskaźnik rankingowy WaszaEdukacja.pl	serwis: WaszaEdukacja.pl	Brzezicki (2020b)
Wyniki egzaminów gimnazjalnych	okręgowe komisje egzaminacyjne	Herman (2014), Polcyn (2016)

Wyniki matur	okręgowe komisje egzaminacyjne	Biernacki, Ejsmont (2017), Brzezicki (2020b)
Liczba pracowni szkolnych	kuratorium oświaty	Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
Liczba sal lekcyjnych	kuratorium oświaty	Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
Wskaźnik edukacyjnej wartości dodanej (EWD)	serwis: ewd.edu.pl	Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021), Polcyn (2016)
Liczba komputerów z dostępem do Internetu przypadająca na jednego ucznia	Bank Danych Lokalnych GUS	Herman (2014), Staniewska-Garsztka, Garsztka (2011)
Księgozbiór bibliotek przypadający średnio na szkołę	Bank Danych Lokalnych GUS	Herman (2014)
Odsetek 5-latków objętych obowiązkiem przedszkolnym	Bank Danych Lokalnych GUS	Herman (2014)
Dotacje celowe na wydatki bieżące niepublicznych szkół podstawowych	Sprawozdania budżetowe gmin	Kaczyńska (2016)
Środki przekazywane m.in. w formie świadczeń rzeczowych, świadczeń socjalnych, nagród dla nauczycieli, stypendiów dla uczniów i innych form zasiłków dla uczniów	sprawozdania budżetowe gmin	Kaczyńska (2016)
Liczba dyplomów potwierdzających kwalifikacje zawodowe przypadających na absolwenta szkoły zawodowej	Bank Danych Lokalnych GUS	Hauer (2016)

Źródło: opracowanie własne

Z dokonanego przeglądu badań wynika, że większość analiz było prowadzonych za pomocą radialnych modeli DEA, głównie CCR (ze stałymi korzyściami skali) i BCC (ze zmiennymi korzyściami skali). Nieliczne badania realizowano za pomocą nieradialnych modeli (np. SBM) i indeksu produktywności Malmquista (tabela 8). Interesujące podejście badawcze zaprezentował Brzezicki (2020b), który wykorzystał dwa modele różniące się m.in. brakiem lub zastosowaniem teorii gier w metodyce DEA oraz wykorzystaniem procedury szacowania efektywności krzyżowej w odpowiedzi na problem określania optymalnych wartości wag w metodzie DEA. Natomiast Hauer (2016) wykorzystała m.in. nieradialny model SBM, aby rozważyć sytuację nieproporcjonalnej redukcji nakładów (orientacja modelu na nakłady) lub nieproporcjonalnego zwiększenia wszystkich rezultatów (orientacja modelu na wyniki), które występują w modelach radialnych. Z zestawienia jasno wynika, że większość badań dotyczy jedynie szacowania efektywności za pomocą różnych modeli DEA, tylko w trzech badaniach podjęto próbę określenia zmian produktywności za pomocą indeksu Malmquista. Tworzenie rankingu efektywnych jednostek za pomocą modelu DEA z superefektywnością jest już częściej realizowane. Odnotowano siedem badań, w których wykorzystano procedurę nad efektywności.

Tabela 8. Modele metody DEA i indeksu Malmquista

Modele	Badanie
CCR	Chodakowska, Komuda (2010), Hauer (2016), Herman (2014), Polcyn (2014a), Kaczyńska (2016), Polcyn (2014a, 2016)
BCC	Hauer (2016), Gospodarowicz (2009), Kaczyńska (2016), Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021)
Model DEA z superefektywnością (ranking)	Chodakowska, Komuda (2010), Chodakowska (2015), Hauer (2016), Herman (2014), Osiewalski, Prędkie, Szulik (2021), Staniewska-Garsztka, Garsztka (2012), Wojarska (2023)
SBM	Hauer (2016)
Cross Efficiency (CE), Game Cross Efficiency (GCE)	Brzezicki (2020b)
Indeks Malmquista	Hauer (2016), Gałęcka (2022), Gałęcka, Kuropka, Szabela-Pasierbińska (2022)

Źródło: opracowanie własne

W badaniach najczęściej wykorzystywano jeden model DEA. W nielicznych analizach autorzy stosowali dwa modele. Jedynie w pracy Hauer (2016) odnotowano trzy modele DEA. Warto zaznaczyć, że w podejmowanych badaniach albo szacowano poziom efektywności za pomocą modelu DEA, w tym z superefektywnością, albo dokonywano pomiaru produktywności za pomocą indeksu Malmquista. Jedynie w badaniu Hauer (2016) zastosowano te dwie procedury badawcze.

Podsumowanie

Z dokonanego przeglądu wynika, że podejmowane badania, mimo że było ich stosunkowo mało w porównaniu z badaniami szkolnictwa wyższego, były dość zróżnicowane pod różnymi względami. Należy podkreślić, że wielu autorów starało się wnieść swój wkład w rozwój badań oświatowych, wykorzystując inne podejście badawcze, inny model DEA lub inny zestaw danych. Jednak, jak zauważono, głównym ograniczeniem badawczym dla bardziej złożonych analiz jest dostępność zróżnicowanych i pełnych danych w bazach danych. Natomiast pozyskiwanie ich od szkół lub jednostek nadzorujących nie zawsze przynosi zamierzony rezultat. Z uwagi na fakt, że dane nie są gromadzone lub są niepełne (niekompletne), porównywanie ich pod względem finansowo-statystycznym jest utrudnione. Ogólny obraz finansowy placówek oświatowych może być zaburzony, gdy weźmie się pod uwagę chociażby fakt złożoności organizacyjnej jednostek (np. działalność szkoły w zespole szkół, praca tych samych nauczycieli na różnych częściach etatu w różnych szkołach), a także inne środki pozyskiwane przez samorządy i szkoły na działalność edukacyjną. Należy również podkreślić, że w ostatnich latach z uwagi na pandemię COVID-19 szkoły musiały w bardzo szybkim trybie przejść na edukację zdalną, która z jednej strony wpłynęła na wyniki osiągnięć edukacyjnych uczniów, a z drugiej strony – na sferę finansową placówek oświatowych.

W wyniku przeglądu literatury przedmiotu zidentyfikowano luki badawcze w dotychczasowej literaturze dotyczącej polskiego systemu oświatowego. Nie podejmowano badań dotyczących efektywności lub produktywności szkół specjalnych czy ośrodków

szkolno-wychowawczych. Nie przeprowadzono również analizy dwuetapowej, jak miało to miejsce w przypadku badań szkolnictwa wyższego, w celu określenia czynników zewnętrznych nieuwzględnionych w modelach DEA, a wpływających na wyniki efektywności placówek oświatowych. Tylko w jednym badaniu (Chodakowska, 2009) uwzględniono zarówno publiczne, jak i niepubliczne szkoły (gimnazjum), zatem warto rozszerzyć to podejście na inne typy placówek oświatowych. W związku z powyższym badania edukacyjne z zastosowaniem metody DEA i indeksu Malmquista powinny być dalej realizowane w dwóch kierunkach, tj. wypełniania luk badawczych i stosowania bardziej złożonych modeli DEA i indeksu Malmquista, w tym oszacowania efektywności nie tylko technicznej, ale również kosztowej, alokacyjnej i ekonomicznej.

Mimo że niniejsza praca wypełnia znaną lukę badawczą w zakresie kompleksowego przeglądu literatury przedmiotu na temat badań dotyczących efektywności i produktywności szkół oświatowych w Polsce prowadzonych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista, to ma też swoje ograniczenia, które powinny zostać podjęte w przyszłych badaniach. Po pierwsze, w badaniu uwzględniono jedynie analizy prowadzone za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista dotyczące szkół oświatowych. Po drugie, uwzględniono jedynie placówki należące do formalnego systemu oświaty, a wraz z wdrożeniem idei uczenia się przez całe życie wzrosła liczba jednostek pozaformalnych. W związku z powyższym należy w przyszłości rozważyć dokonanie przeglądu badań, uwzględniając różne metody ilościowe stosowane do analizy placówek oświatowych. Ponadto warto przeanalizować jednostki nienależące do formalnego systemu oświaty, np. Uniwersytety Ludowe, które ostatnimi czasy coraz bardziej zyskują na popularności. Czerpiąc z badań w zakresie szkolnictwa wyższego, warto również przeanalizować inne aspekty systemu oświaty, takie jak działalność administracji szkół, poziom promocji do następnej klasy, czy też analizy hierarchiczne, tj. oddziałów i szkół, wskazując jak poziom efektywności poszczególnej klasy wpływa na ocenę całej placówki. W przyszłych badaniach należy przeanalizować nie tylko efektywność techniczną placówek, ale też to, co jest pomijane – efektywność kosztową działalności oświatowej. Bez wątpienia takie badania spotkałyby się z ogromnym zainteresowaniem decydentów jednostek samorządu terytorialnego, które współfinansują działalność placówek.

Literatura

References

- Aparicio, J., Cordero, J.M., Gonzalez, M., Lopez-Espin, J.J. (2018). Using non-radial DEA to assess school efficiency in a cross-country perspective: An empirical analysis of OECD countries. *Omega*, 79, 9–20. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2017.07.004>
- Aristovnik, A. (2012). The Impact of ICT On Educational Performance and Its Efficiency in Selected EU and OECD Countries: A Non-Parametric Analysis. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 143–152.
- Biernacki, M. (2013). *Ocena efektywności instytucji publicznych w sektorach edukacji i ochrony zdrowia*. Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.
- Biernacki, M., Ejmont, W. (2017). Ocena działalności i efektywności kształcenia wrocławskich liceów. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, 318, 13–22.
- Brzezicki, Ł. (2020a). Przegląd badań dotyczących efektywności i produktywności polskiego szkolnictwa wyższego, prowadzonych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista. *Ekonomia – Wrocław Economic Review*, 26(2), 19–40. <https://doi.org/10.19195/2658–1310.26.2.2>

- Brzezicki, Ł. (2020b). Wykorzystanie metody DEA do pomiaru efektywności liceów ogólnokształcących w Szczecinie. *Studia i Materiały Wydział Zarządzania Uniwersytet Warszawski*, 2(33), 18–31. <https://doi.org/10.7172/1733-9758.2020.33.2>
- Brzezicki, Ł. (2018; 2023, 22 maja). *Zestawienie badań efektywności i produktywności szkół należących do systemu oświaty w Polsce realizowanych za pomocą metody DEA i indeksu Malmquista*. Pozyskano z: https://www.researchgate.net/publication/322655827_Zestawienie_badan_efektywnosci_i_produktywnosci_szkol_nalezacych_do_systemu_owsiaty_w_Polsce_realizowanych_na_pomoca_metody_DEA_i_indeksu_Malmquista
- Brzezicki, Ł., Pietrzak, P., Cieciora, M. (2022). Efficiency of the Education System (Primary, Secondary and Tertiary) in Particular Voivodeships of Poland. *Ekonomika regiona / Economy of regions*, 18(2), 494–508. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2022-2-14>
- Chodakowska, E. (2009). Przykłady zastosowań metody Data Envelopment Analysis w badaniu efektywności podmiotów sektora edukacji. *Problemy Zarządzania*, 7(4), 91–112.
- Chodakowska, E. (2015). The Future of Evaluation of Lower Secondary Schools' Management. *Business Management and Education*, 13(1), 112–125. <https://doi.org/10.3846/bme.2015.256>
- Chodakowska, E., Komuda, M. (2010). Zgodność rankingów jednostek sektora edukacji uzyskanych za pomocą metody obwiedni danych. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 107, 492–500.
- Dima, B., Kotosz, B., Dima, Ș.M. (2020). Early childhood and primary education efficiency in Europe: a data envelopment analysis approach. *Hungarian Statistical Review*, 3(1), 18–45. <https://doi.org/10.35618/hsr2020.01.en018>
- Dincă, M.S., Dincă, G., Andronic, M.L., Pasztori, A.M. (2021). Assessment of the European Union's Educational Efficiency. *Sustainability*, 13(6), 3116. <https://doi.org/10.3390/su13063116>
- Gałęcka, M. (2022). Produktywność polskiego szkolnictwa średniego. *Optimum. Studia Ekonomiczne*, 1(107), 127–141. <https://doi.org/10.15290/oes.2022.01.107.09>
- Gałęcka, M., Kuropka, I., Szabela-Pasierbińska, E. (2022). The efficiency of public spending on education: Lower and higher secondary education. *Ekonomia – Wrocław Economic Review*, 28(1), 7–23. <https://doi.org/10.19195/2658-1310.28.1.1>
- Galiński, P. (2016). Znaczenie subwencji oświatowej w finansowaniu zadań oświatowych w gminach. *Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia*, 4(82/1), 711–719. <https://doi.org/10.18276/frfu.2016.4.82/1-59>
- Gospodarowicz, M. (2009). Jednostki samorządu terytorialnego w kształtowaniu kapitału ludzkiego. W: *Instytucjonalne instrumenty kształtowania kapitału ludzkiego i społecznego na obszarach woj. mazowieckiego (nr 138)*, M. Gospodarowicz, H. Kałuża, D. Kołodziejczyk, A. Wasilewski (red.), Warszawa: Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej – Państwowy Instytut Badawczy.
- Haddad, M.Z., Heong, Y.M. (2021). A Systematic Review of Determining the Input and Output Variables to Measure the School Efficiency by Data Envelope Analysis Method. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 2(12), 4209–4222.
- Hauer, A. (2016). *Efektywność zmian systemowych w sektorze szkolnictwa zawodowego po 1999 roku*. Warszawa: CeDeWu.
- Herman, S. (2014). Badanie efektywności szkół podstawowych, gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych w Polsce z zastosowaniem Data Envelopment Analysis. W: *Matematyka i informatyka na usługach ekonomii rozważania ogólne modele*, W. Jurek (red.). Poznań: Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.
- Kaczyńska, A. (2016). The efficiency of public spending on primary education in the Greater Poland Voivodeship. *The Business and Management Review*, 7(5), 449–456.
- Kaczyńska, A. (2017). *Oświata i wychowanie jako zadanie publiczne gmin. Czynniki wpływające na efektywność wydatków budżetowych*. Warszawa: CeDeWu.
- Kozuń-Cieślak, G. (2010). Efektywność wydatków publicznych na edukację w krajach UE. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 112, 373–382.

- Mergoni, A., Soncin M., Agasisti, T. (2023). The effect of ICT on schools' efficiency: Empirical evidence on 23 European countries. *Omega*, 119, 102891. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2023.102891>
- Osiewalski, J., Prędkie, A., Szulik, G. (2021). Efektywność edukacyjna małopolskich liceów – analiza porównawcza. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie / Cracow Review of Economics and Management*, 5(989), 49–68. <https://doi.org/10.15678/ZNUEK.2020.0989.0503>
- Polcyn, J. (2016). Szkolna polityka kadrowa polskich gmin a wyniki egzaminacyjne. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, 2(109), 35–45.
- Polcyn, J. (2010). Data Envelopment Analysis (DEA) w szkole ponadgimnazjalnej. *Przedsiębiorstwa przyszłości*, 3(4), 80–88.
- Polcyn, J. (2014a). Efektywność kształcenia w liceach ogólnokształcących na tle powiatów województwa wielkopolskiego z zastosowaniem analizy DEA. W: *Rozwój regionalny i jego determinant (t. I)*, D.J. Mierzejewski, J. Polcyn (red.). Piła: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Stanisława Staszica w Pile.
- Polcyn, J. (2014b). Zastosowanie Data Envelopment Analysis jako miernika zróżnicowania edukacyjnego regionów. *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, 37(1), 333–343.
- Staniewska-Garsztka, A., Garsztka, P. (2011). Badanie efektywności działalności szkół podstawowych w gminach województw lubuskiego, wielkopolskiego i zachodniopomorskiego z zastosowaniem metody DEA. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu*, 203, 86–103.
- Staniewska-Garsztka, A., Garsztka, P. (2012). Zastosowanie metody DEA do badania efektywności nauczania w szkołach powiatów grodzkich w Polsce w latach 2008–2010. W: *Modelowanie i prognozowanie zjawisk społeczno-gospodarczych: aktualny stan i perspektywy rozwoju*, B. Pawełek (red.), Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.
- Wojarska, M. (2023). The efficiency of social services provided by the municipalities: primary education case study. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 22(4).

Łukasz Brzezicki, dr nauk społecznych w dyscyplinie ekonomia i finanse. Autor ponad 40 publikacji. Główne obszary jego zainteresowań dotyczą różnych instytucji, które funkcjonują wokół systemu oświaty, szkolnictwa wyższego i nauki. Specjalizuje się w wykorzystaniu nieparametrycznej metody Data Envelopment Analysis i indeksu Malmquista.

Łukasz Brzezicki, PhD in social sciences in economics and finance. Author of more than 40 publications. His main areas of interest are the various institutions that operate around the education system, higher education and science. He specialises in using the nonparametric Data Envelopment Analysis method and the Malmquist index.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0761-1109>

Adres/Address:

Szpital Miejski w Miastku Sp. z o.o.
ul. gen. J. Wybickiego 30
77–200 Miastko, Poland

e-mail: brzezicki.lukasz@wp.pl

Podziękowania

Autor składa serdeczne podziękowania dwóm anonimowym recenzentom za wiele cennych uwag, które pozwoliły znacznie poprawić tekst artykułu. Ponadto, autor artykułu dziękuje naukowcom, którzy udostępnili na poczet niniejszego przeglądu swoje prace badawcze.

Anna Iwacewicz-Orłowska

Wschodnioeuropejska Akademia Nauk Stosowanych w Białymstoku, Polska ■ Eastern European University of Applied Sciences in Białystok, Poland

Staże zagraniczne a subiektywna ocena poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych

Foreign internships and the level of subjective assessment of practical skills vocational schools students

Streszczenie: Celem artykułu jest analiza wpływu uczestnictwa uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych w stażach zagranicznych na ich subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych. Hipoteza badawcza sformułowana na potrzeby niniejszej pracy brzmi: Staże zawodowe mają istotny wpływ na subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych. W artykule przeprowadzono subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych uczniów przed rozpoczęciem stażu zagranicznego oraz po jego zakończeniu. Badaniami objęto uczniów Zespołu Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych w Mońkach odbywających staże w Walencji (Hiszpania) w latach 2020–2022. W zagranicznych stażach uczestniczyło łącznie 106 uczniów reprezentujących następujące kierunki kształcenia zawodowego: technik mechanizacji rolnictwa, technik hotelarstwa, technik żywienia i usług gastronomicznych, technik handlowiec oraz technik transportu kolejowego. Znaczna większość badanych uznała, iż uczestnictwo w stażu zagranicznym przyczyniło się do podniesienia poziomu jej umiejętności praktycznych niezbędnych w ramach wybranego zawodu. Zdaniem uczniów udoskonalone zostały najważniejsze umiejętności bezpośrednio związane z wybranym przez nich kierunkiem kształcenia. Uczestnicy staży poszerzyli własne kompetencje personalne i społeczne oraz podnieśli poziom języka angielskiego w obszarze specjalistycznego słownictwa zawodowego. Ta forma kształcenia praktycznego jest więc doskonałym elementem edukacji w technicznych szkołach ponadpodstawowych.

Abstract: The aim of the article is to analyse the impact of the vocational schools students participation in foreign internships on their practical skills. The research hypothesis states that foreign internships have a significant impact on the level of subjective assessment practical skills of vocational school students. The article assessed the subjective level of students' practical skills before and after the foreign internship. The research covered students of The Comprehensive and Vocational School Complex in Mońki carrying out internships in Valencia (Spain) in 2020–2022. A total of 106 students representing the following fields of vocational education participated in foreign internships: agricultural mechanization technician, hotel

management technician, nutrition and catering services technician, sales technician and railway transport technician. The vast majority of respondents stated that participation in a foreign internship contributed to improving the level of practical skills necessary for their chosen profession. According to the students, the most important skills directly related to the field in which they pursue the education process have been improved. The internship participants expanded their personal and social competences and improved their level of English in the area of specialized professional vocabulary. This form of practical education is therefore an excellent element of education in technical secondary schools.

Słowa kluczowe: kompetencje personalne i społeczne; staże zagraniczne; uczniowie techników; umiejętności praktyczne

Keywords: foreign internships; personal and social skills; practical skills; vocational schools students

Otrzymano: 21 września 2023

Received: 21 September 2023

Zaakceptowano: 21 listopada 2023

Accepted: 21 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Iwacewicz-Orłowska, A. (2023). Staże zagraniczne a subiektywna ocena poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 19(2), 130–143. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.9>

Wstęp

Jednym z filarów systemu szkolnictwa w Polsce są pięcioletnie technika, których rolą jest kształcenie absolwentów szkół podstawowych w wybranych przez nich zawodach. Technika umożliwia zdobycie wiedzy z zakresu przedmiotów ogólnych, co daje możliwość zdawania egzaminu dojrzałości. Oprócz tego równolegle uczeń zdobywa wiedzę z zakresu przedmiotów zawodowych. Działalność szkół kształcących zawodowo opiera się na dwóch podstawach programowych – kształcenia ogólnego oraz kształcenia w zawodach. Kształcenie zawodowe łączy się z ciągiem metodycznych działań nauczycieli i umożliwia uczniom opanowanie wiedzy, kształcenie umiejętności praktycznych, rozwijanie zdolności, zainteresowań oraz formowanie postaw (Szczechowiak, 2018: 99). System kształcenia zawodowego i sposób realizacji zadań w tym obszarze są uwarunkowane zmianami otoczenia społeczno-gospodarczego związanymi m.in. z budową gospodarki opartej na wiedzy, globalizacją procesów gospodarczych, mobilnością zawodową, nowymi technologiami, a także wzrostem oczekiwań pracodawców w zakresie poziomu wiedzy i umiejętności pracowników. Stąd miarą efektywności tego systemu kształcenia powinno być dostosowanie go do potrzeb rynku pracy (Maj-Waśniowska, 2017: 272).

Szkolnictwo ponadpodstawowe jest doskonałą alternatywą dla osób pragnących wyszkolić się w konkretnym zawodzie, a następnie po szkole bezpośrednio pójść do pracy. Zaletą szkół o profilu technicznym jest możliwość zdobycia w nich praktycznych umiejętności zawodowych. Uczeń nabywa je w trakcie zajęć praktycznych, które są elementem programu kształcenia. Szkoła ma do wyboru różne rozwiązania w kwestii miejsca odbywania praktyk lub zajęć praktycznych – począwszy od własnych pracowni i warsztatów, przez finansowane ze środków samorządu placówki kształcenia ustawicznego/praktycznego, a kończąc na pracodawcach, z którymi współpracuje (Drogosz-Zabłocka, Stasiowski, 2019: 95).

Innowacyjną formą praktycznej nauki zawodu wprowadzoną w Polsce do kształcenia zawodowego jest staż uczniowski. Jego celem jest umożliwienie uczniom kształcącym się w technikach zawodowych i szkołach branżowych poszerzenia rzeczywistych umiejętności oraz lepsze przygotowanie uczniów do pracy w zawodzie, a tym samym – bycia konkurencyjnym na rynku pracy (Cymańska-Grabowska, Choraży, Fabiański, Kordyś, 2021: 4). Powszechnie uznaje się, że praktyczna nauka zawodu w miejscu pracy jest korzystniejsza od kształcenia praktycznego prowadzonego w szkołach. W państwach, w których dominuje ten rodzaj kształcenia zawodowego, młodzież po zakończonej edukacji częściej i szybciej znajduje pracę w większym stopniu zgodną ze zdobytym wykształceniem. Wynika to z bezpośredniego zaangażowania pracodawców w kształcenie zawodowe od strony zarówno finansowo-organizacyjnej, jak i regulacyjnej, np. w wymiarze uzgadniania z organizacjami zrzeszającymi pracodawców programów nauczania czy uczestnictwa pracodawców w certyfikacji. To z kolei wymaga dobrej współpracy dużych przedsiębiorstw nastawionych na inwestycje w dłuższym okresie (Sitek, Stasiowski, 2022: 73).

Przejsie ze szkoły do pracy to w życiu ważny etap, który jest łatwiejszy dla młodych osób angażujących się w zdobywanie doświadczenia praktycznego, w tym również na polu międzynarodowym. Tę zależność potwierdzają wyniki zagranicznych badań i analiz (Pinto, Pereira, 2019: 443–461; Gates, 2014: 33–40; Matthews, Lawley, 2011: 687–698). Uczniowie szkół ponadpodstawowych mogą zyskać międzynarodowe doświadczenie np. poprzez odbycie zagranicznego stażu zawodowego. Jedną z wartości dodanych tego typu działań jest m.in. zdobycie umiejętności komunikacji międzykulturowej. Umiejętność ta usprawnia właściwe i skuteczne współdziałanie z ludźmi różnych kultur, co jest niezwykle istotne we współczesnej gospodarce (Xiaochi, 2012: 62).

Międzynarodowe staże zawodowe to jeden z elementów praktycznego kształcenia młodzieży szkół ponadpodstawowych. Dzięki możliwościom finansowania z Unii Europejskiej uczniowie szkół ponadpodstawowych mogą odbywać część praktyk zawodowych w zagranicznych przedsiębiorstwach. W ciągu ostatnich dziesięcioleci wewnątrz europejska mobilność uczniów i studentów była w coraz większym stopniu promowana przez Komisję Europejską np. w ramach programu Erasmus+ (Van Mol, 2017: 52–60). Jest to oferta bardzo atrakcyjna, gdyż uczeń ma zapewnione finansowanie kosztów pobytu za granicą oraz miejsce stażu odpowiednie do profilu kształcenia. Z jednej strony unijne finansowanie poszerzyło znacznie możliwości odbywania przez uczniów zagranicznych staży. Z drugiej strony ta forma aktywności stała się wyróżnikiem szkół o profilu technicznym przyciągającym nowych kandydatów w procesie rekrutacji (Iwacewicz-Orłowska, 2021: 137–150).

Cele i pytania badawcze

Celem artykułu jest analiza wpływu staży zagranicznych na subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych. Hipoteza badawcza sformułowana na potrzeby niniejszej pracy brzmi: Staże zawodowe mają istotny wpływ na subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych. Na potrzeby artykułu oceniono wpływ uczestnictwa w zagranicznej praktyce na udoskonalenie umiejętności praktycznych jej uczestników. Przeprowadzono dwukrotną subiektywną ocenę poziomu umiejętności praktycznych uczniów szkół zawodowych: przed rozpoczęciem zagranicznego stażu oraz po jego zakończeniu.

Pytania badawcze postawione na etapie planowania badań to:

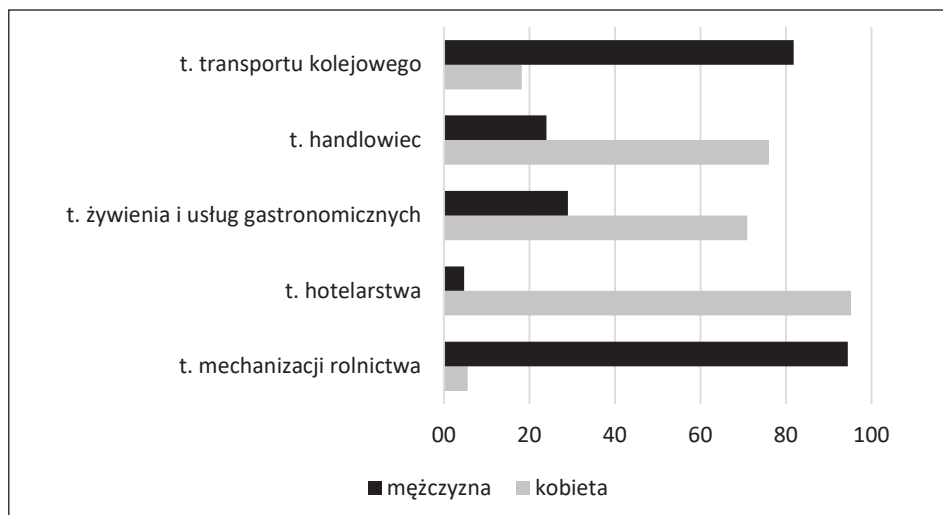
5. Jakie są źródła informacji o możliwości odbycia zagranicznych staży przez uczniów badanej szkoły?
6. Jakie są motywy uczestnictwa uczniów w stażu zagranicznym?
7. Czy uczniowie po skończonej edukacji są zainteresowani prowadzeniem własnej działalności gospodarczej?
8. Jak uczniowie oceniają poziom własnych umiejętności praktycznych przed stażem odbytym za granicą i po stażu?
9. Jakie są najistotniejsze elementy odbytego stażu zagranicznego?
10. Jakie są najbardziej istotne umiejętności praktyczne udoskonalone w trakcie stażu zagranicznego?

Badaniami objęto uczniów Zespołu Szkół Ogólnokształcących i Zawodowych w Mońkach odbywających staże w Walencji (Hiszpania) w latach 2020–2022. W zagranicznych stażach uczestniczyło łącznie 106 uczniów reprezentujących następujące kierunki kształcenia zawodowego:

- technik mechanizacji rolnictwa – 18 uczniów,
- technik hotelarstwa – 21 uczniów,
- technik żywienia i usług gastronomicznych – 31 uczniów,
- technik handlowiec – 25 uczniów,
- technik transportu kolejowego – 11 uczniów.

Podział uczestników badań ze względu na płeć został przedstawiony na rycinie 1.

Rycina 1. Płeć uczestników staży zawodowych z podziałem na kierunki kształcenia (% badanych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

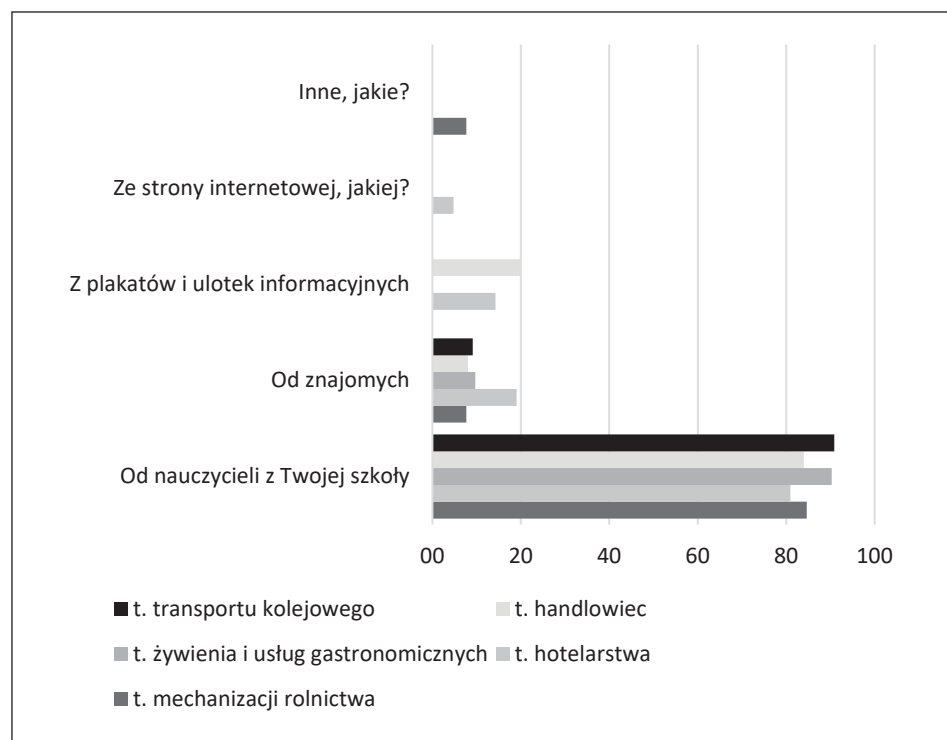
Na potrzeby badania przygotowano dwa formularze ankietowe. Pierwszy formularz został rozdany uczestnikom przed wyjazdem na zagraniczny staż w celu poznania ich opinii i oczekiwań przed zagraniczną praktyką, drugi zaś uczestnicy wypełnili w ostatnim dniu pobytu na praktyce zawodowej. Miał on na celu zdiagnozowanie problemów, z którymi

zmierzali się uczestnicy stażu, oraz określenie najbardziej istotnych elementów odbytego stażu wraz z oceną poziomu zadowolenia z tej formy kształcenia praktycznego. Poszczególne pytania ankietowe zostały opracowane z podziałem na uczniów kształcących się w ramach pięciu zawodów: technik mechanizacji rolnictwa, technik hotelarstwa, technik żywienia i usług gastronomicznych, technik handlowiec oraz technik transportu kolejowego. Badania ankietowe zostały uzupełnione wywiadami swobodnymi przeprowadzonymi z uczniami.

Oczekiwanie uczniów przed zrealizowaniem zagranicznego stażu

Analizując źródła informacji, z których uczniowie mogli dowiedzieć się o możliwości odbycia zagranicznej praktyki zawodowej, należy stwierdzić, że prawie wszyscy uczestnicy staży zostali o nich poinformowani przez nauczycieli pracujących w szkole. To przede wszystkim nauczyciele zachęcali uczniów do wyjazdu zagranicznego do Hiszpanii na praktykę zawodową, której odbycie jest wymagane programem kształcenia w szkole o profilu zawodowym (rycina 2). Również znajomi w nieznacznym stopniu przyczynili się do upowszechnienia informacji o wyjeździe zagranicznym. Znacznie mniejszą rolę w upowszechnianiu tej informacji odegrały plakaty i ulotki informacyjne oraz strona internetowa szkoły.

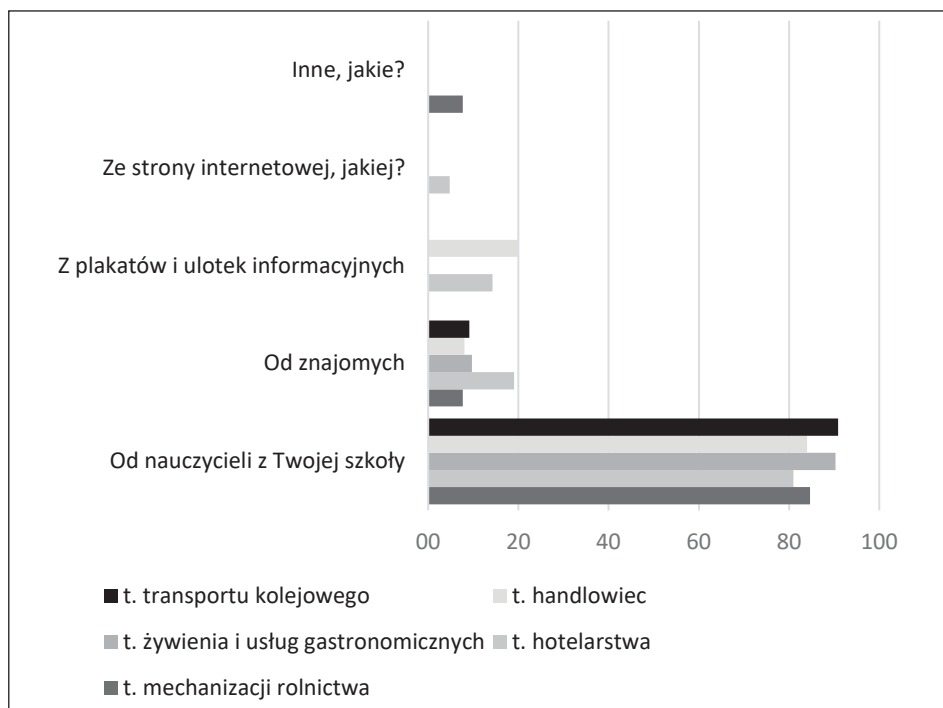
Rycina 2. Źródła informacji o możliwości realizacji zagranicznego stażu – możliwość wyboru kilku odpowiedzi (% badanych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Główny powód wyjazdu na zagraniczny staż zdaniem uczniów to chęć zdobycia dodatkowej wiedzy i umiejętności (rycina 3). Odpowiedzi takiej udzieliło 76,9% ankietowanych uczniów kierunku technik mechanizacji rolnictwa, 60% uczniów kierunku technik handlowiec, 58,1% uczniów kierunku technik żywienia i usług gastronomicznych, 45,5% uczniów kierunku technik transportu kolejowego oraz 33,3% uczniów kierunku technik hotelarstwa. 32% ankietowanych uczniów kierunku technik handlowiec uznało, że szczególnie motywuje ich wyjazd zagraniczny, zaś 27,3% uczniów kierunku technik transportu kolejowego za istotny motyw wyjazdu na zagraniczną praktykę uznało chęć rozwoju własnych zainteresowań. Uczestnictwo znajomych w stażu to odpowiednia motywacja dla 19% uczniów kierunku technik hotelarstwa, natomiast nieodpłatność uczestnictwa w wyjeździe miała znaczenie dla 18,2% uczniów kierunku technik transportu kolejowego. Nieco mniejsze znaczenie miało zdaniem uczestników stażu przekonanie, iż staż pomoże w ich dalszym życiu. Takiego zdania było zaledwie 18,2% badanych uczniów kierunku technik transportu kolejowego, 16,1% uczniów kierunku technik żywienia i usług gastronomicznych oraz 8% uczniów kierunku technik handlowiec.

Rycina 3. Motywy uczestnictwa w stażu (% badanych)



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Uczniowie zostali również poproszeni o ustosunkowanie się do własnych planów na przyszłość po skończeniu kształcenia. Na pytanie o zamiary dotyczące prowadzenia własnej działalności gospodarczej odpowiedzi uczniów były bardzo podzielone. 1/3 ankietowanych zamierzała prowadzić własną działalność gospodarczą. Pozostałe osoby nie

miały w planach pracy we własnej firmie, lecz skłaniały się do zatrudnienia się w charakterze pracowników najemnych. Procentowy rozkład odpowiedzi uczestników staży zawodowych zainteresowanych prowadzeniem własnej działalności gospodarczej zależał od kierunku kształcenia uczniów. Osoby najbardziej zainteresowane prowadzeniem własnej firmy to uczniowie kierunku technik mechanizacji rolnictwa – odpowiedzi takiej udzieliło aż 61,5% badanych. Uczniowie najmniej zainteresowani prowadzeniem własnej działalności gospodarczej to osoby kształcące się w ramach kierunku technik transportu kolejowego. W tym przypadku ponad 90% uczniów nie planowało prowadzenia własnej firmy po ukończeniu edukacji. Postawy uczniów dotyczące formy przyszłego zatrudnienia były uwarunkowane wybranymi kierunkami kształcenia. Dużo więcej możliwości prowadzenia własnej działalności gospodarczej daje zdobycie wykształcenia w ramach kierunku technik mechanizacji rolnictwa czy też technik handlowiec. W przypadku kierunku technik transportu kolejowego absolwenci znajdują zatrudnienie w branży kolejowej i najczęściej pracują dla Polskich Kolei Państwowych S.A. (tabela 1).

Tabela 1. Uczestnicy staży z podziałem na kierunki kształcenia zainteresowani prowadzeniem własnej działalności gospodarczej (% badanych)

	Technik mechanizacji rolnictwa	Technik hotelarstwa	Technik żywienia i usług gastronomicznych	Technik handlowiec	Technik transportu kolejowego
TAK	61,5	42,9	35,5	32,0	9,1
NIE	38,5	57,1	64,5	68,0	90,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Uczniowie poproszeni o subiektywną ocenę poziomu własnych umiejętności praktycznych ocenili je najczęściej na poziomie średnim lub wysokim (tabela 2). Nikt z ankietowanych nie ocenił własnych umiejętności na poziomie bardzo niskim, zaś na poziomie niskim oceniło je zaledwie kilku ankietowanych uczniów. Świadczy to o tym, że osoby najbardziej zainteresowane zagranicznymi stażami zawodowymi to uczniowie najsilniej zmotywowani do rozwijania własnych umiejętności i podnoszenia kwalifikacji zawodowych. W przypadku umiejętności praktycznych nabytych w trakcie kształcenia w szkole najwyżej ocenili je uczniowie kierunku technik hotelarstwa (52,4% badanych oceniło ją na poziomie wysokim) oraz technik żywienia i usług gastronomicznych (zdaniem 48,4% badanych były one wysokie i bardzo wysokie).

Tabela 2. Subiektywna ocena poziomu umiejętności praktycznych uczniów przed realizacją praktyk międzynarodowych (% badanych)

Poziom umiejętności	Technik mechanizacji rolnictwa	Technik hotelarstwa	Technik żywienia i usług gastronomicznych	Technik handlowiec	Technik transportu kolejowego
Bardzo niski	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Niski	7,7	0,0	0,0	0,0	9,1
Średni	53,8	47,6	51,6	62,0	63,6
Wysoki	30,8	52,4	38,7	26,0	27,3
Bardzo wysoki	7,7	0,0	9,7	12,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ponownej subiektywnej oceny poziomu własnych umiejętności praktycznych dokonali uczniowie po zakończeniu zagranicznych staży w Hiszpanii. Analiza ich odpowiedzi potwierdza, iż zdaniem ankietowanych ich poziom umiejętności poprawił się dość znacznie. Wysoko poziom własnych umiejętności praktycznych ocenili zwłaszcza uczniowie kierunku technik handlowiec (tabela 3). Ponad 50% uczniów uczestniczących w zagranicznym stażu oceniło własne umiejętności praktyczne na poziomie bardzo wysokim. Podobnie w przypadku uczniów kierunku technik pojazdów samochodowych. W tym przypadku własne umiejętności praktyczne po odbytych stażach na poziomie bardzo wysokim oceniło 45,5% badanych. Zgromadzone dane potwierdzają, że uczestnicy stażu subiektywnie ocenili własne umiejętności praktyczne po stażu nieco wyżej niż przed stażem.

Tabela 3. Subiektywna ocena poziomu umiejętności praktycznych uczniów po odbyciu praktyk międzynarodowych (% badanych)

Poziom umiejętności praktycznych	Technik mechanizacji rolnictwa	Technik hotelarstwa	Technik żywienia i usług gastronomicznych	Technik handlowiec	Technik transportu kolejowego
Bardzo niski	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Niski	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Średni	5,6	28,5	9,7	12,0	9,0
Wysoki	61,1	66,7	71,0	36,0	45,5
Bardzo wysoki	33,3	4,8	19,3	52,0	45,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Uczestnicy badania rozpoczęciem stażu określili również własne oczekiwania co do praktyk w zagranicznych przedsiębiorstwach. Spełnienie tychże oczekiwań zostało następnie zweryfikowane po odbyciu stażu.

Najważniejsze oczekiwania uczestników stażu przed jego rozpoczęciem dotyczyły przede wszystkim chęci przekonania się, jak wygląda praca w danym zawodzie na rynku europejskim, zdobycie międzynarodowego doświadczenia zgodnego z profilem kształcenia, zapoznanie się z kulturą i obyczajami kraju, w którym odbywał się staż, zdobycie umiejętności, które będą mogły być wykorzystywane w przyszłej pracy, rozwinięcie umiejętności dotyczących pracy w grupie. Z wymienionymi oczekiwaniami zgodziła się znaczna większość uczniów.

Najważniejsze elementy zrealizowanego stażu zagranicznego

Oczekiwania uczestników badania zostały porównane z oceną ich spełnienia już po odbyciu praktyk. Za najbardziej istotne elementy odbytego stażu ankietowani uznali możliwość zapoznania się z kulturą organizacyjną firmy. Odpowiedziało tak 100% ankietowanych z kierunku technik mechanizacji rolnictwa oraz technik żywienia i usług gastronomicznych oraz 96% uczniów kierunku technik handlowiec.

Drugi ważny element odbytego szkolenia to przekonanie się, jak wygląda praca w danym zawodzie. Uznało tak 100% ankietowanych kierunku technik mechanizacji rolnictwa oraz technik żywienia i usług gastronomicznych oraz ponad 90% uczniów reprezentujących wszystkie pozostałe kierunki.

Tabela 4. Najistotniejsze elementy odbytego stażu (% badanych)

Ocena	Technik mechanizacji rolnictwa	Technik hotelarstwa	Technik żywienia i usług gastronomicznych	Technik handlowiec	Technik transportu kolejowego
Wzrosły moje szanse na rynku pracy					
Tak	77,8	52,4	73,0	80,0	63,7
Trudno powiedzieć	22,2	14,3	27,0	16,0	0,0
Nie	0,0	33,3	0,0	4,0	36,3
Zdobyłem doświadczenie zgodne z profilem kształcenia					
Tak	94,4	85,8	100,0	96,0	72,7
Trudno powiedzieć	5,6	9,4	0,0	4,0	9,1
Nie	0,0	4,8	0,0	0,0	18,2
Zdobyłem umiejętności, które będę mógł wykorzystać w przyszłej pracy					
Tak	88,9	85,7	100	96,0	90,9
Trudno powiedzieć	11,1	9,5	0,0	4,0	0,0
Nie	0,0	4,8	0,0	0,0	9,1
Przekonałem się, jak wygląda praca w danym zawodzie					
Tak	100,0	95,3	100,0	96,0	90,9
Trudno powiedzieć	0,0	4,7	0,0	4,0	0,0
Nie	0,0	0,0	0,0	0,0	9,1
Wzrosła moja pewność siebie					
Tak	88,9	57,1	26,0	80,0	81,8
Trudno powiedzieć	5,5	9,5	74,0	16,0	9,1
Nie	5,6	33,4	0,0	4,0	9,1
Zapoznałem się z kulturą organizacyjną firmy					
Tak	100	82,1	100,0	96,0	81,8
Trudno powiedzieć	0,0	17,9	0,0	4,0	9,1
Nie	0,0	0,0	0,0	0,0	9,1
Rozwinięłem umiejętności dotyczące pracy w grupie					
Tak	94,5	71,4	30,0	48,0	90,9
Trudno powiedzieć	5,5	28,6	70,0	48,0	9,1
Nie	0,0	0,0	0,0	4,0	0,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Uczestników staży poproszono także o sprecyzowanie własnych potrzeb w kwestii udoskonalenia umiejętności praktycznych specyficznych dla poszczególnych zawodów, w ramach których kształcą się w szkole ponadpodstawowej. Uczniowie reprezentujący kierunek technik mechanizacji rolnictwa chcieli udoskonalić podczas zagranicznego stażu:

- wykonywanie czynności sprawdzających wybrane układy podczas badania technicznego przyczepy,

- wykonywanie czynności sprawdzających wybrane układy podczas badania technicznego ciągnika rolniczego,
- naprawę uszkodzonych podzespołów układu napędowego ciągnika rolniczego,
- naprawę uszkodzenia w układzie hamulcowym przyczepy rolniczej,
- regulowanie maszyn, urządzeń i narzędzi rolniczych;
- wykonywanie prac agregatem ciągnikowym prostym z maszynami.

Uczniowie reprezentujący kierunek technik hotelarstwa najbardziej byli zainteresowani udoskonaleniem poniższych umiejętności praktycznych:

- prowadzenie hotelowego biura obsługi klientów,
- prowadzenie dokumentacji obiektu,
- bezpośrednia obsługa klienta,
- współpraca z pracownikami poszczególnych służb hotelowych,
- świadczenie i przestrzeganie procedur oferowanych usług hotelowych.

Uczestnicy praktyk kształcący się na kierunku technik żywności i usług gastronomicznych potrzebowali udoskonalenia następujących umiejętności praktycznych:

- wykorzystywanie sprzętu i urządzeń do wykonywania usług gastronomicznych,
- przeprowadzanie czynności porządkowych, rozliczanie sprzętu,
- opracowywanie receptur gastronomicznych,
- planowanie i produkcji potraw i napojów,
- kalkulowanie kosztów i prowadzenie sprzedaży usług gastronomicznych,
- przygotowywanie surowców, dodatków do żywności i materiałów pomocniczych,
- przygotowywanie oferty i promocja działań gastronomicznych,
- prowadzenie procesów produkcji wyrobów spożywczych.

Uczniom kierunku technik handlowiec najbardziej potrzebne w zakresie umiejętności praktycznych potrzebne było udoskonalenie:

- prezentowania wskazanych towarów zgodnie z zasadami stosowanymi w przedsiębiorstwie handlowym,
- prezentowania klientom indywidualnym i instytucjonalnym oferty sprzedażowej,
- oceny jakości towarów przeznaczonych do sprzedaży w przedsiębiorstwie handlowym,
- zastosowania zasady ustalania cen towarów w przedsiębiorstwie handlowym,
- umiejętności analizowania metody i formy prezentacji towarów,
- rozpoznania rodzajów magazynów i ich wyposażenia w przedsiębiorstwie.

Uczniowie reprezentujący kierunek technik transportu kolejowego za najbardziej niezbędne uznali udoskonalenie następujących umiejętności:

- dokumentowanie czasu i miejsca pracy poszczególnych przewoźników,
- szczegółowa i uproszczona próba hamulców zespolonych,
- przygotowanie i zgłoszenie pociągu do jazdy,
- ogólne zasady zestawienia pociągów,
- zasady hamowania pociągu,
- zestawianie pociągów pasażerskich,
- ogłędziny techniczne i handlowe składów pociągów,
- określanie, podział i numeracja pociągów.

Należy dodać, iż wszyscy uczestnicy staży za istotne elementy uznali potrzebę udoskonalenia języka obcego ukierunkowanego zawodowo oraz rozwój własnych kompetencji personalnych i społecznych.

W przypadku oceny stopnia satysfakcji z odbytego stażu wszyscy ankietowani uznali,

że są usatysfakcjonowani w stopniu dobrym i bardzo dobrym. Świadczy to bardzo pozytywnie o wszystkich aspektach związanych z jego organizacją, począwszy od miejsc odbywania stażu, zakwaterowania, wyżywienia oraz samej organizacji stażu. Bardzo pozytywnie uczniowie ocenili poziom przygotowania do odbycia stażu. Wszyscy badani uznali, że zostali odpowiednio przygotowani do odbycia stażu pod względem pedagogicznym, organizacyjnym oraz merytorycznym.

Uczniowie uznali również, iż międzynarodowe praktyki, w których mieli okazję uczestniczyć, spełniły ich oczekiwania w stopniu wysokim i bardzo wysokim (tabela 5). Zaledwie pojedyncze osoby uznały, iż całościowo oceniają je w stopniu przeciętnym. Najbardziej usatysfakcjonowani byli uczniowie reprezentujący kierunek technik żywienia i usług gastronomicznych – bardzo wysoki poziom zadowolenia wykazało ponad 70% z nich. W przypadku kierunku technik handlowiec 60% uczniów oceniło praktyki na poziomie bardzo wysokim.

Tabela 5. Stopień spełnienia oczekiwań uczestników międzynarodowej praktyki zawodowej (% badanych)

Stopień	Technik mechanizacji rolnictwa	Technik hotelarstwa	Technik żywienia i usług gastronomicznych	Technik handlowiec	Technik transportu kolejowego
Bardzo niski	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Niski	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Przeciętny	5,6	9,5	9,7	0,0	9,1
Wysoki	44,4	38,1	19,4	40,0	72,7
Bardzo wysoki	50,0	52,4	71,0	60,0	18,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Po powrocie z praktyk uczniowie poszczególnych kierunków ocenili, które umiejętności praktyczne udoskonalane w trakcie stażu ich zdaniem były najbardziej istotne (tabela 6).

Tabela 6. Najbardziej istotne umiejętności praktyczne udoskonalone w trakcie stażu (% badanych)

Umiejętności praktyczne	% ankietowanych
technik mechanizacji rolnictwa	
wykonywanie regulacji maszyn, urządzeń i narzędzi rolniczych zgodnie z założonymi parametrami w warunkach eksploatacji	77,8
kompetencje personalne i społeczne	77,8
naprawa uszkodzenia w układzie hamulcowym przyczepy rolniczej	61,1
wykonywanie prac agregatem ciągnikowym prostym z maszynami	61,1
wykonywanie przeglądu technicznego ciągnika	50,0
naprawa uszkodzonych podzespołów układu napędowego pojazdu samochodowego	50,0
technik hotelarstwa	
bezpośrednia obsługa klienta	71,4
współpraca z pracownikami poszczególnych służb hotelowych	66,7
świadczenie i przestrzeganie procedur oferowanych usług	61,9
podejmowanie i prowadzenie działalności gospodarczej	61,9
język obcy ukierunkowany zawodowo	52,4

prorowadzenie hotelowego biura obsługi klienta	52,4
przygotowanie surowców, dodatków do żywności i materiałów pomocniczych	52,4
organizowanie przyjęć, bankietów, imprez sportowo-rekreacyjnych i rozrywkowych	52,4
przygotowanie i serwowanie śniadań w hotelu	47,6
prorowadzenie dokumentacji zakładu	47,6
technik żywienia i usług gastronomicznych	
przygotowanie surowców, dodatków do żywności i materiałów pomocniczych	80,6
planowanie produkcji potraw i napojów	77,4
przeprowadzenie czynności porządkowych, rozliczenie sprzętu, zastawy i bielizny stołowej po wykonaniu usługi	74,2
opracowanie receptur gastronomicznych	71,0
kompetencje personalne i społeczne	71,0
prorowadzenie procesów produkcji wyrobów spożywczych	64,5
wykorzystanie sprzętu i urządzeń do wykonania usług gastronomicznych	64,5
magazynowanie wyrobów gotowych i przygotowanie ich do wysyłki	61,3
technik handlowiec	
sprawdzanie ilości towarów przeznaczonych do sprzedaży w przedsiębiorstwie	88,0
język obcy ukierunkowany zawodowo	84,0
ocena jakości towarów przeznaczonych do sprzedaży w przedsiębiorstwie handlowym	76,0
kompetencje personalne i społeczne	60,0
oznakowanie wskazanych towarów zgodnie z zasadami obowiązującymi w przedsiębiorstwie	60,0
dokonanie analizy metody i formy prezentacji towarów	56,0
technik transportu kolejowego	
zapoznanie się z zasadami zestawienia pociągów pasażerskich	90,9
zapoznanie z zasadami hamowania pociągu	90,9
język obcy ukierunkowany zawodowo	81,8
poznanie zasad podziału i numeracji pociągów	81,8
zapoznanie z zasadami obsady pociągu	81,8
poznanie ogólnych zasad zestawienia pociągów	72,7
kompetencje personalne i społeczne	63,6
realizowanie oględzin technicznych i handlowych składów pociągów	63,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Po odbyciu międzynarodowych staży zawodowych uczniowie uznali, że ich oczekiwania co do wyjazdu, które określili przed praktykami, zostały spełnione. Co istotne, uczniowie udoskonalili najważniejsze umiejętności bezpośrednio powiązane z kierunkiem zawodowym, w ramach którego się kształcili. Poszerzyli również kompetencje personalne i społeczne oraz podwyższyli poziom języka angielskiego w obszarze specjalistycznego słownictwa zawodowego.

Wnioski

Znaczna większość uczniów uznała, że jest bardzo zadowolona z możliwości odbycia stażu

zagranicznego. Ta forma kształcenia praktycznego jest więc doskonałym elementem edukacji w technicznych szkołach ponadpodstawowych. Uczniowie nie tylko poszerzają umiejętności praktyczne w kontekście międzynarodowym, ale również zapoznają się z formułą pracy w zagranicznych przedsiębiorstwach. Co ważne, osoby najbardziej zainteresowane zagranicznymi stażami zawodowymi to uczniowie najsilniej zmotywowani do rozwijania własnych umiejętności i podnoszenia kwalifikacji zawodowych, otwarci na inne kultury i technologie, znający języki obce i chcący je rozwijać, planujący poznawać zasady funkcjonowania przedsiębiorstw za granicą, ich kulturę organizacyjną i formułę pracy.

Możliwości uczestnictwa szkół ponadpodstawowych w zagranicznych stażach zawodowych zostały bardzo zwiększone dzięki finansowaniu ich przez Unię Europejską. Oprócz cennego doświadczenia zawodowego praktyki zagraniczne ułatwiają poznanie innych kultur oraz poszerzenie umiejętności językowych. Umożliwiają też zdobycie umiejętności praktycznych bezpośrednio w zagranicznej organizacji, co może być niezwykle przydatne podczas poszukiwania pierwszej pracy, zwłaszcza w kontekście przyszłych planów zawodowych uczniów – znaczna część osób badanych zadeklarowała, iż nie jest zainteresowana prowadzenia własnej działalności gospodarczej i ma zamiar podjąć pracę w charakterze pracowników najemnych.

Literatura

References

- Cymańska-Grabowska, B., Chorąży, D., Fabiański, A., Kordyś, W. (2021). *Modelowy program praktycznej nauki zawodu odnoszący się do stażu uczniowskiego*, Warszawa. Pozyskano z: <https://kuratorium.kielce.pl/wp-content/uploads/2022/03/zalacznik-1-technik-hotelarstwa.pdf>
- Drogosz-Zabłocka, E., Stasiowski, J. (2019). Kształcenie zawodowe w Polsce – przemiany, organizacja, efekty. W: *Wykształcenie zawodowe. Perspektywa systemu edukacji i rynku pracy*, U. Sztanderska, E. Drogosz-Zabłocka (red.), Seria Naukowa, t. 9, Warszawa: Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji, 66–101.
- Gates, L. (2014). The impact of international internships and short-term immersion programs. *New Directions for Student Services*, 146, 33–40.
- Iwacewicz-Orłowska, A. (2021). Motywy i korzyści z uczestnictwa w zagranicznych praktykach zawodowych uczniów szkół ponadpodstawowych z województwa podlaskiego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 17(2), 137–150.
- Maj-Waśniowska, K. (2017). Niestabilność warunków funkcjonowania systemu oświaty w Polsce. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 485, 262–276.
- Matthews, J., Lawley, M. (2011). Student satisfaction, teacher internships, and the case for a critical approach to international education. *Discourse: studies in the cultural politics of education*, 32(5), 687–698.
- Pinto, L.H., Pereira, P.C. (2019). 'I wish to do an internship (abroad)': Investigating the perceived employability of domestic and international business internships. *Higher Education*, 78, 443–461.
- Sitek, M., Stasiowski, J. (2022). Zmiany w organizacji i funkcjonowaniu kształcenia zawodowego w Polsce. Bilans reform 1989–2022. *Studia BAS*, 2, 71–93.
- Szczechowiak, E. (2018). Nowa podstawa programowa szkół ponadpodstawowych a oczekiwania pracodawców względem ich absolwentów. *Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Pedagogika*, 16, 99–109.
- Van Mol, Ch. (2017). Do employers value international study and internships? A comparative analysis of 31 countries. *Geoforum*, 78, 52–60.

Xiaochi, Z. (2012). Discussion on international internship and intercultural competence from a perspective of higher educational internationalization – A case study of the program work and travel USA. *Cross-Cultural Communication*, 8(5), 62–66.

Anna Iwacewicz-Orłowska, dr, prof. WANS, Wschodnioeuropejska Akademia Nauk Stosowanych w Białymstoku, Wydział Nauk Ekonomicznych. Autorka jest zatrudniona na stanowisku dziekana Wydziału Nauk Ekonomicznych Wschodnioeuropejskiej Akademii Nauk Stosowanych w Białymstoku. Oprócz prowadzenia zajęć dydaktycznych z przedmiotów ekonomicznych prowadzi prace badawcze z zakresu problematyki zrównoważonego rozwoju, dysproporcji dochodowych oraz nierówności społecznych. Jest autorką licznych publikacji krajowych i zagranicznych oraz uczestnikiem konferencji naukowych oraz staży w instytucjach zagranicznych.

Anna Iwacewicz-Orłowska, PhD, professor of Eastern European University of Applied Sciences in Białystok, Faculty of Economics Sciences. The author is employed on the position of the dean on the Faculty of Economics Sciences at the Eastern European University of Applied Sciences in Białystok. Apart from conducting lectures from economic area she is doing research in the field of sustainable development issue, income disproportions and social inequalities. She is an author of many polish and international publications and she was taking part in scientific conferences and internships in foreign institutions.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6283-9862>

Adres/Address:

Wschodnioeuropejska Akademia Nauk Stosowanych w Białymstoku
Wydział Nauk Ekonomicznych
ul. Ciepła 40
15–472 Białystok, Poland
e-mail: anna.orlowska@wans.edu.pl

Agnieszka Świętek

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, Polska ■ University of the National Education
Commission in Krakow, Poland

Biznes i zarządzanie rachunek zysków i strat edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce

“Business and Management” – profit and loss account of entrepreneurship education in Poland

Streszczenie: Przygotowanie młodych ludzi do uczestniczenia w życiu gospodarczym w polskim systemie oświaty dotychczas odbywało się w szkołach ponadpodstawowych na lekcjach z podstaw przedsiębiorczości. Od 1 września 2023 r. przedmiot ten zlikwidowano i zastąpiono nowym: biznes i zarządzanie, który od 2027 r. będzie można zdawać na egzaminie maturalnym. Przedmiotem artykułu jest ocena zmian w edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce spowodowana likwidacją podstaw przedsiębiorczości i zastąpieniem go nowym przedmiotem. Celem autorki jest poszukiwanie odpowiedzi na dwa pytania badawcze: Czy zmienił się zakres treści kształcenia przedsiębiorczości w polskim kształceniu formalnym w wyniku dokonanych zmian? Czy zmienia się idea edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce w myśl ich wprowadzenia? W badaniach zastosowano: kwerendę literatury dotyczącej koncepcji kształcenia przedsiębiorczości; analizę porównawczą zakresu treści obowiązującej wg podstawy programowej biznesu i zarządzania oraz podstaw przedsiębiorczości, a także analizę trendów rynku pracy wg raportów instytucji badawczych. Badania wykazały, że dotychczasowy zakres treści podstaw przedsiębiorczości odpowiadał celom edukacyjnym, gdyż pozwalał na kształcenie kompetencji przedsiębiorczych i umiejętności zakładania własnej działalności gospodarczej. Znaczna część wcześniejszych treści kształcenia została przeniesiona na poziom rozszerzony biznesu i zarządzania, ze stratą dla większości uczniów, którzy prawdopodobnie będą uczyć się tego przedmiotu na poziomie podstawowym. Biznes i zarządzanie w większym stopniu pozwala na rozwój ich kompetencji. Zastrzeżenia budzi jednak celowość wdrażania w praktykę szkolną kompetencji wymaganych w korporacjach w miejsce dotychczasowych kompetencji niezbędnych do rozwoju mikroprzedsiębiorczości.

Abstract: Preparing young people to participate in economic life in the Polish education system has so far been carried out in secondary schools based on the Basics of Entrepreneurship. From 1 September 2023, this subject was abolished and replaced by a new one: Business and Management, which will be available for the high school leaving examination from 2027. The article's subject is an assessment of changes in entrepreneurship education in Poland caused by the liquidation of the Basics of Entrepreneurship and its replacement with a new subject. The author aims to seek answers to two research questions: Has the

scope of the content of entrepreneurship education in Polish formal education changed? Does the idea of entrepreneurship education in Poland change due to its introduction, and if so, how? The research used a literature search on the concept of entrepreneurship education, a comparative analysis of the scope of the content of the current Business and Management and the Basics of Entrepreneurship core curricula, and an analysis of labour market trends according to reports of research institutions. The research showed that the scope of the content of the basics of entrepreneurship corresponded to the educational goals, developing entrepreneurial competencies and the ability to start one's own business. Much of the previous education content was transferred to the advanced level of Business and Management, to the loss of most students. The Business and Management course allows for developing students' competencies to a greater extent. However, there are reservations about the advisability of implementing competencies required in corporations into school practice instead of the current development of micro-entrepreneurship.

Słowa kluczowe: biznes i zarządzanie; edukacja ekonomiczna; podstawa programowa; podstawy przedsiębiorczości; przedsiębiorczość; reforma systemu oświaty

Keywords: basics of entrepreneurship; business and management; core curriculum; economic education; entrepreneurship; reform of the education system

Otrzymano: 16 listopada 2023

Received: 16 November 2023

Zaakceptowano: 27 listopada 2023

Accepted: 27 November 2023

Sugerowana cytacja / Suggested citation:

Świątek, A. (2023). Biznes i zarządzanie – rachunek zysków i strat edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 19(2), 144–159. <https://doi.org/10.24917/20833296.192.10>

Wstęp

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości jest ważnym elementem złożonego procesu kształcenia formalnego, mającego na celu wszechstronne przygotowanie uczniów do dorosłego życia (Rachwał, 2005; Wach, 2013). W opublikowanym na początku 2023 r. artykule podsumowującym dotychczasowy, czterdziestoletni dorobek światowych badań naukowych nad edukacją w zakresie przedsiębiorczości, A. Kurczewska (2023) stwierdza, że: „Podejście do edukacji w zakresie przedsiębiorczości ewoluuje. Wyraźny kierunek zmian przebiega od rozumienia jej jako obszaru przede wszystkim powiązanego z biznesem i zarządzaniem w stronę przedsiębiorczego uczenia się. Tym samym przedmiotem zainteresowania są nie tylko treści i metody kształcenia, lecz także rozszyfrowanie samego procesu uczenia się [...]” (Kurczewska, 2023: 11). Pozostając w zgodzie z tym trendem, polscy badacze od wielu lat prezentowali szerokie rozumienie przedsiębiorczości jako zespołu „cech osobowych, takich jak aktywność, zapał do pracy, inicjatywa, kreatywność [...]” (Rachwał, 2004: 169), nie zapominając o pragmatycznym, mikroekonomicznym rodowodzie przedmiotu. Traktowanie przedsiębiorczości jako zespołu cech osobowych stawiało ją w roli podmiotu działań wychowawczych, które są: „świadomie organizowaną działalnością społeczną, której celem jest wywoływanie zamierzonych zmian w osobowości człowieka” (Okoń, 1984: 347). Personalistyczne podejście było, jak dotąd, fundamentem idei kształcenia w zakresie przedsiębiorczości w Polsce, jego myślą przewodnią wyznaczającą cel i kierunek zmian. Założenia edukacji w zakresie przedsiębiorczości były realizowane w polskim systemie oświaty na etapie szkoły ponadpodstawowej (w liceach, technikach, szkołach zawodowych),

na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości. Jego treści kształcenia obejmowały wszystkie trzy komponenty edukacji w zakresie przedsiębiorczości, które wskazał na podstawie badań literaturowych K. Wach (2013): przedsiębiorczość indywidualną i organizacyjną (komunikatywność, kreatywność, intraprzsiębiorczość), edukację biznesową (dostarczającą wiedzy i kształtującą umiejętności potrzebne do podejmowania przedsięwzięć biznesowych, komercyjnych i społecznych) oraz edukację ekonomiczną (dostarczającą wiedzy na temat otoczenia, w jakim funkcjonuje przedsiębiorca i przedsiębiorstwo).

Przegląd polskiej literatury naukowej dotyczącej edukacji w zakresie przedsiębiorczości wskazuje, że zarówno zakres treściowy, jak i organizacja przedmiotu podstawy przedsiębiorczości poddawane były stałej analizie i konstruktywnej krytyce naukowej. Prowadzono badania nad zmianami programowymi nauczania przedsiębiorczości w polskich szkołach podstawowych i średnich (Bień, 2022; Górz, Rachwał, 2006; Rachwał, 2009, 2017; Kilar, Rachwał, 2019a, b; Rachwał i in., 2008, 2016, 2018, 2019). Wykonano studium porównawcze podstaw programowych w Polsce i innych krajach (Berger i in., 2012). Badano opinie uczniów i nauczycieli szkół średnich dotyczące podstaw przedsiębiorczości (Kondraciuk, Osuch, Świętek, 2019; Kurek, Rachwał, Szubert, 2012; Osuch, 2012; Tracz, 2015). Oceniano stan edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce i wskazywano rekomendacje dla jej dalszych zmian (Andrzejczak, 2007; Krzyżak, 2007; Wach, 2007; Wachowiak, 2007). W szczególności podkreślano konieczność utrzymania szerokiego zakresu treściowego przedmiotu, położenia większego nacisku na kształtowanie różnego rodzaju umiejętności, w tym stosowanie wiedzy ekonomicznej w praktyce (Kilar, Rachwał, 2019a, b, Rachwał, 2019) oraz rozwój postaw i kompetencji przedsiębiorczych (np. Wachowiak, Dąbrowski, Majewski, 2007). W toku badań określono postawy kształtowane na podstawach przedsiębiorczości (Rachwał, 2005) i zakres wpływu procesu edukacji na owe postawy (Daszkiewicz, 2014; Sołoducho-Pelc, 2007).

W ostatnim dziesięcioleciu podjęto próby dowodzenia (rozważaniami teoretycznymi i badaniami empirycznymi) znaczenia edukacji z przedsiębiorczości i jej wpływu na rozwój gospodarczy (np. Brzozowski, 2013; Skubiak, 2014; Wach, 2013), odpowiadając na wskazywaną przez pedagogów konieczność korespondencji pedagogiki z wyzwaniami współczesności (Furmanek, 2011; Lewowicki, 2004; Świętek, 2018; Zajac, 2014). „Współczesne wyzwania cywilizacyjne stawiają nowe, wysokie zadania w zakresie edukacji i przygotowania do pełnienia określonych ról zawodowych. Zadania są bowiem determinowane rozwojem społecznym, gospodarczym i kulturalnym, stanem świadomości społecznej oraz potrzebami i zainteresowaniami ludzi żyjących w określonych strukturach społeczno-ekonomicznych. One wyznaczają zasadnicze priorytety polityki oświatowej oraz konstrukcję systemu edukacji” (Zioło, 1999: 127). Dynamicznie zmieniające się otoczenie nie ułatwiało sprostaniu tak wysoko postawionym celom. Pierwszy cykl kształcenia podstaw przedsiębiorczości wg nowej podstawy programowej odbywał się w ostatnich latach naznaczonych krytycznymi zdarzeniami społeczno-ekonomicznymi, takimi jak pandemia COVID-19, inwazja Rosji na Ukrainę czy wysoka inflacja.

Dalekowzroczne spojrzenie na edukację w zakresie przedsiębiorczości w Polsce, weryfikujące jej korespondencję z długofalowymi zmianami na świecie, wskazywało dalsze kierunki rozwoju idei i koncepcji przedmiotu. Rozpoczęto badania nad responsywnością podstaw przedsiębiorczości w stosunku do siedmiu głównych trendów cywilizacyjnych najczęściej wskazywanych w literaturze (Furmanek, 2011; Gidley, 2010; Hajkowicz, Cook, Littleboy, 2012; Wierzbicki, 2000; Vielmetter, Sell, 2014): modernizacji (rewolucji informacyjnej,

informatycznej i cyfryzacji), wzrostu przedsiębiorczości, niestabilności rynku pracy, rozwoju globalnego rynku, rozwoju gospodarki opartej na wiedzy, umasowienia szkolnictwa wyższego i utowarowienia wiedzy oraz liberalizacji życia społecznego (Malikowski, 2014; Świętek, 2018). Analizy wykazały, że podstawy przedsiębiorczości „przygotowują ucznia do funkcjonowania na rynku pracy, rynku finansowym i zakładania własnej firmy, lecz nawiązując do trendów cywilizacyjnych w ograniczonym zakresie. Najlepiej odpowiadają na trend wzrostu przedsiębiorczości, rozwijając u młodzieży postawę przedsiębiorczą i przygotowując do założenia firmy. Uwzględniają również przygotowanie do trendu liberalizacji, kształtując etyczną postawę młodzieży w pracy i własnej firmie. W przypadku trendów: niestabilności rynku pracy, umasowienia szkolnictwa wyższego i utowarowienia wiedzy, treści z nimi związane pojawiają się w bardzo ograniczonym zakresie. Pozostałe trendy nie mają odzwierciedlenia w treściach kształcenia podstaw przedsiębiorczości (Świętek, 2018: 193). W korelacji multidyscyplinarnej z geografiami i wiedzą o społeczeństwie, w myśl holistycznego rozumienia procesu edukacji, treści kształcenia podstaw przedsiębiorczości dawały jednak szansę na skuteczną edukację – przygotowującą młodych ludzi do dorosłego życia, w jego społeczno-ekonomicznej sferze (Świętek, 2018).

W 2022 r. Ministerstwo Edukacji i Nauki postanowiło zastąpić przedmiot podstawy przedsiębiorczości nowym przedmiotem o nazwie biznes i zarządzanie. Zmiana została wprowadzona błyskawicznie, jak na standardy edukacyjne. Uczniowie polskich szkół ponadpodstawowych uczą się biznesu i zarządzania od 1 września 2023 r. Zakres bieżących zmian edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce nie został jeszcze należycie rozpoznany. W polskiej literaturze naukowej pojawiają się dopiero pierwsze głosy w dyskusji na ich temat. Wstępna próba diagnozy nowego przedmiotu, dokonana jeszcze na etapie jego projektu przez T. Rachwał (2022), obok licznych, trafnych wskazań koncepcyjnych (tj. dydaktycznych i organizacyjnych), w zakresie ideowym obejmuje przede wszystkim wątpliwości dotyczące: utrzymania interdyscyplinarnego charakteru przedmiotu, nieograniczającego się do zagadnień biznesu i zarządzania oraz kontynuowania trendu wzrostu znaczenia kształtowania umiejętności praktycznych i postaw uczniów, niestojących jednocześnie w opozycji do teoretycznej wiedzy ekonomicznej, stanowiącej ich fundament (Rachwał, 2022).

Już sama nazwa nowego przedmiotu „biznes i zarządzanie” sugeruje zmianę idei kształcenia poprzez powrót do silnego utylitaryzmu edukacyjnego i zdecydowane zawężenie rozumienia przedsiębiorczości. Autorka poddaje w niniejszym artykule weryfikacji to przypuszczenie, przeprowadzając rachunek zysków i strat polskiej edukacji w zakresie przedsiębiorczości w obliczu bieżącej reformy. Przedmiotem artykułu jest ocena przekształceń ideowych w Polsce, spowodowana zmianami przedmiotów. Celem autorki jest poszukiwanie odpowiedzi na dwa pytania badawcze:

- Czy zmienił się zakres treści kształcenia edukacji w zakresie przedsiębiorczości w polskim kształceniu formalnym w wyniku likwidacji podstaw przedsiębiorczości i zastąpienia go nowym przedmiotem biznes i zarządzanie?
- Czy zmienia się idea edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce w myśl wprowadzonych zmian?

W badaniach, przeprowadzonych w 2023 r., zastosowano: kwerendę literatury dotyczącej koncepcji edukacji w zakresie przedsiębiorczości, analizę porównawczą zakresu treści podstawy programowej biznesu i zarządzania i podstaw przedsiębiorczości oraz analizę raportów wybranych instytucji badawczych dotyczących bieżących trendów na rynku pracy.

Zakres zmian formalnej edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce

Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w polskim systemie oświaty, od ogłoszenia w 2018 r. nowej podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia (*Rozporządzenie MEN*, 2018), odbywała się (jak i przed reformą) w szkole ponadpodstawowej na przedmiocie podstawy przedsiębiorczości. „Nowa podstawa programowa [...] wprowadzona została do szkół branżowych I stopnia od roku szkolnego 2019/2020 [...], a w liceum ogólnokształcącym i technikum od roku szk. 2020/2021” (Rachwał, 2022: 48). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości był obowiązkowy i realizowany wyłącznie na poziomie podstawowym, co uniemożliwiało zdawanie go na maturze. Liczba godzin przewidzianych na jego realizację była niewielka i wynosiła łącznie dwie godziny w całym cyklu kształcenia – po jednej godzinie lekcyjnej tygodniowo w klasie II i III (*Ramowy plan nauczania...*, 2017). Nowy zakres przedmiotu obejmował cztery działy treści kształcenia, którymi były: gospodarka rynkowa, rynek finansowy, rynek pracy oraz przedsiębiorstwo.

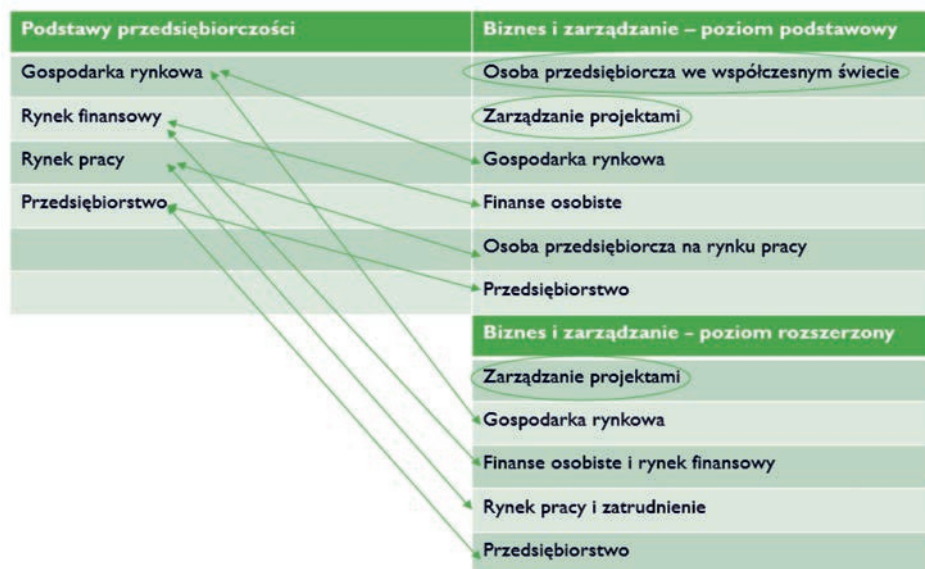
Warto ponadto zauważyć, że przed wprowadzeniem omawianej reformy systemu edukacji, w latach 2012–2018 w polskich szkołach występował dodatkowo przedmiot: ekonomia w praktyce (*Rozporządzenie MEN*, 2012). W zamyśle miał „on być uzupełnieniem «praktycznym» treści realizowanych na podstawach przedsiębiorczości, a jego celem jest nabycie przez uczniów umiejętności całościowej realizacji przedsięwzięcia: od pomysłu, przez przygotowanie planu, wdrożenie go, aż do analizy efektów działań” (Świętek, 2014: 387). Ekonomia w praktyce była nieobowiązkowym przedmiotem uzupełniającym, realizowanym przez chętnych uczniów w wymiarze 30 godzin. Podobnie jak w przypadku podstaw przedsiębiorczości – była ona kursem niematuralnym.

Od 1 września 2023 r. edukacja w zakresie przedsiębiorczości w Polsce realizowana jest na przedmiocie biznes i zarządzanie w szkołach ponadpodstawowych, na obowiązkowym poziomie podstawowym w klasie I i/lub II, w wymiarze dwóch godzin tygodniowo. Dla uczniów, którzy zdecydują się na uczenie się go dalej na poziomie rozszerzonym, realizowany będzie on następnie w wymiarze aż ośmiu godzin tygodniowo. Od 2027 r. będzie można go zdawać jako przedmiot dodatkowy na poziomie rozszerzonym na egzaminie maturalnym. Treści kształcenia biznesu i zarządzania podzielono tematycznie na sześć obszarów treści kształcenia. Na poziomie podstawowym stanowią one działy: osoba przedsiębiorcza we współczesnym świecie, zarządzanie projektami, gospodarka rynkowa, finanse osobiste, osoba przedsiębiorcza na rynku pracy oraz przedsiębiorstwo. Na poziomie rozszerzonym to natomiast: zarządzanie projektami, gospodarka rynkowa, finanse osobiste i rynek finansowy, rynek pracy i zatrudnienie oraz przedsiębiorstwo.

Przegląd wymagań biznesu i zarządzania na pozór wydaje się uwzględniać dotychczasowe treści kształcenia podstaw przedsiębiorczości i dodatkowo je rozszerzać o kwestie przedsiębiorczości osobistej oraz zarządzania projektami. Konstrukcję podstawy programowej biznesu i zarządzania, powstałej na kanwie podstaw przedsiębiorczości, zaprezentowano na schematycznej rycinie 1. Wskazano na niej główne działy obu przedmiotów oraz kierunki migracji treści z podstaw przedsiębiorczości do biznesu i zarządzania. Zaznaczono w nim ponadto działy zupełnie nowe. Zmiany, zgodnie z oficjalnymi założeniami ministerialnymi, miały polegać na ograniczeniu treści teoretycznych na rzecz rozwoju kompetencji.

Autorka dokonała szczegółowego porównania zmian zakresu treści kształcenia obu przedmiotów, w podziale na dotychczasowe działy podstaw przedsiębiorczości. Po stronie

Rycina 1. Powstanie struktury podstawy programowej biznesu i zarządzania



Źródło: opracowanie własne

zysków uwzględniła nowe zakresy treści pojawiające się w podstawie programowej biznesu i zarządzania na poziomie podstawowym, niewystępujące dotychczas szerzej na podstawach przedsiębiorczości. Za straty uznała dotychczasowe treści podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości przeniesione na poziom rozszerzony biznesu i zarządzania. W efekcie tego transferu ze wskazanymi zagadnieniami nie zapoznają się bowiem, jak dotychczas, wszyscy uczniowie, lecz tylko nieliczni – decydujący się na poziom rozszerzony biznesu i zarządzania. Zgodnie z danymi MEiN, na nowej maturze uczniowie najchętniej wybierali w ostatnich latach rozszerzenia z języka angielskiego (76,6% absolwentów liceów w 2023 r.), matematyki (31,3%), języka polskiego (27,1%), biologii (23,8%) i geografii (21,3%). W przypadku pozostałych przedmiotów: chemii, historii, fizyki czy wiedzy o społeczeństwie było to od kilku do kilkunastu procent maturzystów. Wskazane fakty uprawniają do założenia, że uczenie się biznesu i zarządzania na poziomie rozszerzonym wybierze prawdopodobnie co najwyżej kilkanaście procent uczniów. W tym kontekście przeniesienie treści dotychczas obowiązkowych na nieobowiązkowy poziom rozszerzony należy postrzegać za stratę dla ponad 80% polskich uczniów. Dla zupełności indukcji w analizie wprowadzono dodatkowo trzecią kategorię – częściowych zysków. Zaklasyfikowano do niej nowe, niewystępujące dotychczas szerzej na podstawach przedsiębiorczości treści, lecz występujące tylko na poziomie rozszerzonym, więc znów – dostępne tylko dla niektórych uczniów. Szczegółowe zestawienie zmian zakresów treści przedstawiono w tabeli 1.

W dziale gospodarki rynkowej na docenienie zasługuje uwzględnienie na poziomie podstawowym analizy parametrów gospodarczych i podkreślenie przejawów współczesnego patriotyzmu gospodarczego. Na poziomie rozszerzonym rozbudowano makroekonomiczne treści teoretyczne dotyczące m.in. rozwoju gospodarki i jej zachowania

Tabela 1. Zakres zmian treści kształcenia przedsiębiorczości – porównanie podstaw programowych podstaw przedsiębiorczości i biznesu i zarządzania

GOSPODARKA RYNKOWA		
Zyski	Częściowe zyski	Straty
nowe treści uwzględnione w podstawie programowej biznesu i zarządzania na poziomie podstawowym, niewystępujące dotychczas szerzej na podstawach przedsiębiorczości – znaczenie przedsiębiorczości w rozwoju społeczno- gospodarczym – parametry gospodarcze (PKB, inflacja, zatrudnienie, bezrobocie) – współczesny patriotyzm gospodarczy	nowe treści uwzględnione w podstawie programowej biznesu i zarządzania na poziomie rozszerzonym, nie występujące dotychczas szerzej na podstawach przedsiębiorczości – czynniki produkcji – rozwój gospodarczy i zachowanie gospodarki w kolejnych fazach cyklu koniunkturalnego – oddziaływanie państwa na gospodarkę – formy opodatkowania – kursy walut – import, eksport, wspólny rynek europejski, współpraca międzynarodowa przedsiębiorstw, globalizacja – wpływ konsumenta na ceny, rynek	dotychczasowe treści podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości przeniesione na poziom rozszerzony biznesu i zarządzania – rozróżnianie struktur rynkowych: monopol, oligopol itd., skutki ograniczonej konkurencji rynkowej – narzędzia oddziaływania państwa na gospodarkę; – metody przeciwdziałania kryzysom gospodarczym
RYNEK FINANSOWY		
– finanse osobiste, postawy ludzi wobec pieniędzy – budżet gospodarstwa domowego – oszczędzanie i inwestowanie, bezpieczeństwo w bankowości elektronicznej	– inwestowanie, strategie inwestycyjne, ryzyko inwestycyjne, zakup akcji, itd. – ubezpieczenia – funkcje i formy pieniądza – wpływ podatków na gospodarkę, przedsiębiorstwa, gospodarstwa domowe – ochrona konsumenta na rynku finansowym	– fundusze inwestycyjne – funkcje, zadania, narzędzia Narodowego Banku Polskiego, Rady Polityki Pieniężnej – analiza podatków dochodowych: progresywnego i liniowego
RYNEK PRACY		
– określanie własnych celów zawodowych – SMART i projektowanie własnej ścieżki kariery edukacyjnej i zawodowej – analiza ofert pracy – autoprezentacja kandydata do pracy – wady i zalety zatrudnienia i samozatrudnienia	– rola państwa w aktywizacji zasobów pracy – znalezienie pracy w formie wolontariatu, przygotowanie z niej sprawozdania – prawa i obowiązki pracownika i pracodawcy – kodeks etyki przedsiębiorstwa, mobbing	– mierniki i wskaźniki rynku pracy – popyt i podaż na rynku pracy – motywy aktywności zawodowej – metody poszukiwania pracy – analiza własnych kompetencji i możliwości zdobycia pracy, stażu, wolontariatu (pozostawiono tylko CV i rozmowę kwalifikacyjną) – formy zatrudnienia, umowy o pracę, systemy płac, wynagrodzenia, urlopy wg Kodeksu pracy, zasady BHP, Państwowa Inspekcja Pracy

PRZEDSIĘBIORSTWO		
– proces zarządzania przedsiębiorstwem – dyskusja z przedsiębiorcom o prowadzeniu biznesu	Pełne przygotowanie biznesplanu: – analiza rynku, otoczenia – koncepcja produktu (Minimum Viable Product) – stworzenie modelu biznesowego – zarządzanie zasobami ludzkimi, rola lidera – pracownicy: opis stanowisk pracy, wynagrodzenie i jego składniki – zasady zarządzania operacyjnego, projektowanie procesu produkcji dóbr/ usług – instrumenty marketingowe – źródła finansowania, budżet (przychody i koszty) – analiza wskaźnikowa: obliczanie rentowności produktu, progu rentowności – analiza szans powodzenia i ryzyka	– klasyfikację przedsiębiorstw – biznesplan (wszystkie szczegółowe etapy jego powstawania przeniesiono na rozszerzenie – przedstawiono na poziomie podstawowym tylko koncepcję (pomysł na biznes) i jej prezentację)
Osoba przedsiębiorcza we współczesnym świecie: – kompetencje przedsiębiorcze – techniki: wywierania wpływu na ludzi; manipulacji; zarządzania czasem; pobudzające kreatywne myślenie Zarządzanie projektami: – proces podejmowania decyzji – praca zespołowa – źródła innowacji – istota projektu, etapy, cele SMART – określanie zadań, rola członków zespołu – harmonogram i budżet projektu – zmiany w projekcie – sprawozdanie z realizacji zadań projektowych, problemy, ryzyko	Zarządzanie projektami: – podjęcia do zarządzania projektami – zarządzania czasem w projekcie – cykl życia projektu, wskaźniki realizacji zadań projektowych (kamienie milowe), sprawozdania z etapów realizacji, modyfikacje, wnioski do dalszych projektów – stosowanie technik zarządzania projektami – stosowanie technik motywacyjnych – rozpoznawanie ryzyka realizacji projektu: zakresu, czasu, budżetu – skuteczna komunikacja – narzędzia informatyczne wspomagające pracę projektową – narzędzia myślenia projektowego (design thinking)	-
NOWE DZIAŁY TREŚCI KSZTAŁCENIA BiZ		

Źródło: opracowanie własne

w kolejnych fazach cyklu koniunkturalnego, czy zjawisk na międzynarodowych rynkach handlowych. Z zagadnień bliższych codziennemu życiu ucznia dodano na poziomie rozszerzonym te związane z formami opodatkowania, kursami walut i wpływem konsumenta na rynek i ceny. Większość uczniów nie pozna już natomiast narzędzi wpływu państwa na gospodarkę, zarówno w zakresie przeciwdziałania kryzysom gospodarczym, jak i ograniczania wolności rynkowej.

Dotychczasowy dział: rynek finansowy został bardzo słusznie rozbudowany o treści kształcenia dotyczące finansów osobistych: oszczędzania, inwestowania, własnego budżetu i bankowości elektronicznej. Za największą stratę należy uznać przeniesienie na poziom rozszerzony ważnych, praktycznych zagadnień dotyczących podatków dochodowych. W zamian, na poziomie rozszerzonym (choć to tylko częściowe zyski), pojawiły się w szerokim ujęciu treści finansowe dotyczące: pieniądza, inwestowania, ubezpieczeń, wpływu podatków na gospodarkę, firmy i obywateli, a także ich ochrony na rynku finansowym.

Znaczące zmiany zaszły w dziale rynek pracy. Na poziomie podstawowym słusznie uwzględniono określanie celów zawodowych, projektowanie na ich podstawie własnej ścieżki kariery zawodowej i analizę ofert pracy. Za największą stratę uważa się natomiast przesunięcie na poziom rozszerzony metod poszukiwania pracy, analizy własnych kompetencji i możliwości zatrudnienia, jak również podstawowych zagadnień związanych z podejmowaniem i świadczeniem pracy: form zatrudnienia, umowy o pracę, systemów płac, wynagrodzeń, czy urlopów. Cele, o które rozbudowano poziom rozszerzony (znów częściowe zyski) wydają się od nich zdecydowanie mniej istotne. Wyjątkiem wśród nich jest wolontariat, który z kolei będzie bardzo trudny do realizacji dla uczniów mieszkających na wsi ze względu na ograniczoną liczbę miejsc, gdzie taką działalność mogliby podjąć.

Największe zmiany zaszły w ostatnim z dotychczasowych działów – przedsiębiorstwo. Na poziomie podstawowym dodano tu zagadnienia związane z zarządzaniem przedsiębiorstwem i dyskusję z przedsiębiorcą – stosowaną już przez nauczycieli podstaw przedsiębiorczości. Ogromną stratą jest natomiast przeniesienie na poziom rozszerzony projektowania biznesplanu, dzięki czemu umiejętność zaplanowania i założenia własnej działalności gospodarczej zdobędzie niewielki odsetek młodych ludzi rozpoczynających dorosłe życie. Wymagania BiZ na poziomie rozszerzonym w tym zakresie są w zdecydowanej większości kopią treści kształcenia wspomnianego już przedmiotu ekonomia w praktyce.

W miejsce zdobycia bardzo istotnej umiejętności zakładania własnej działalności gospodarczej w dodatkowych dwóch działach na poziomie podstawowym biznesu i zarządzania uwzględniono szeroki zakres przygotowania do pracy projektowej, charakterystycznej dla dużych, międzynarodowych przedsiębiorstw. Na docenienie zasługują zyski w zakresie rozwoju kompetencji przedsiębiorczych: umiejętności pracy zespołowej, pełnienia ról w zespole czy umiejętności podejmowania decyzji. Nieadekwatne do tego etapu edukacyjnego są natomiast treści związane z technikami manipulacji czy wywierania wpływu. Uznając metodę kształcenia, wykorzystywaną dotąd na podstawach przedsiębiorczości, jaką jest dydaktyczna metoda projektu, zastąpiono popularną w korporacjach procedurą realizacji projektów firmowych. Jej szczegółowy przebieg, łącznie z tak specyficznymi zagadnieniami, jak: cykl życia projektu, czynniki ryzyka, techniki zarządzania projektami czy design thinking, uwzględniono w treściach kształcenia na poziomie rozszerzonym.

Zwrot od mikroprzedsiębiorczości ku pracy w wielkiej korporacji?

Zwiększenie liczby godzin przeznaczonych na realizację edukacji w zakresie przedsiębiorczości w polskim systemie szkolnictwa w wyniku pojawienia się nowego przedmiotu dawało nadzieję na szersze możliwości zdobywania przez uczniów wiedzy, umiejętności, a nade wszystko – kształcenia pełnej palety kompetencji przedsiębiorczych. Na obowiązkowym poziomie podstawowym biznesu i zarządzania liczba godzin nie uległa jednak zmianie w stosunku do podstaw przedsiębiorczości. Na poziomie rozszerzonym uczniowie będą realizować z kolei bardzo dużą liczbę godzin, lecz uczniów tych nie będzie wielu. Logicznym wydaje się więc założenie, że na obowiązkowym poziomie podstawowym nowego przedmiotu należało zaplanować realizację fundamentalnych treści, z którymi powinien zapoznać się każdy młody człowiek, a na poziomie rozszerzonym – uwzględnić, jak sama nazwa wskazuje – treści rozszerzające.

Jak wynika z dokonanej analizy, w przypadku zmian zakresu treści dawnych działów: gospodarka rynkowa, rynek finansowy i rynek pracy, zmiany nie są drastyczne, a celowość każdej z nich może być poddana osobnej polemice. Inaczej jest w przypadku działu przedsiębiorstwo. Ewidentną i bezdyskusyjnie negatywną zmianą jest usunięcie z poziomu podstawowego kluczowych treści kształcenia dotyczących tworzenia biznesplanu i zakładania własnej działalności gospodarczej i przeniesienie tych wymagań na poziom rozszerzony, a więc pozbawienie większości uczniów możliwości zapoznania się z nimi. W miejsce usuniętych treści na poziomie podstawowym przewidziano dział I dotyczący rozwijania kompetencji (komunikacji interpersonalnej, pracy zespołowej, kreatywnego myślenia, umiejętności podejmowania decyzji indywidualnych i grupowych, technik zarządzania czasem, technik wywierania wpływu na ludzi i sposobów obrony przed manipulacją) oraz dział II dotyczący zarządzania projektami. O ile uzasadnionym jest spożytkowanie wygospodarowanego czasu na rozwój kompetencji, o tyle treści działu II są, zdaniem Autorki, zdecydowanie mniej ważne niż zdobycie umiejętności zaprojektowania i otwarcia własnego przedsiębiorstwa.

Dokonana zmiana powoduje zwrot ideowy edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce w jej obowiązkowym wymiarze, z nastawienia na rozwój mikroprzedsiębiorczości młodych ludzi, w kierunku przygotowania ich do pracy najemnej w dużych przedsiębiorstwach, gdzie kluczowa jest umiejętność pracy w różnorodnych projektach i zarządzania tymi projektami.

Przyczyn dokonanej zmiany, zdaniem Autorki, należy upatrywać w bieżących potrzebach kadrowych rynku pracy, zwłaszcza w międzynarodowych korporacjach. Zgodnie z raportem PARP *Prognozowane zmiany na rynku pracy. Przegląd scenariuszy. 2022* w najbardziej dynamicznych sektorach, takich jak IT, SSC i BPO, zdominowanych przez wielkie międzynarodowe przedsiębiorstwa, przewiduje się nawet 25-procentową rotację pracowników. Inny raport prognostyczny: *Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań. 2022* wskazuje, że połowa pracowników zamierza zmienić pracę w ciągu pół roku, 1/4 – w ciągu 3 miesięcy, a tylko 1/5 planuje pozostać u obecnego pracodawcy (*Rynek pracy...*, 2022).

Wzrost poziomu rotacji potęguje dodatkowo polaryzacja form zatrudnienia. Pracownicy niechętnie podpisują powszechne dotąd w korporacjach umowy B2B, żądając umowy o pracę lub wybierając ścieżkę zawodową freelancera – współpracują z wieloma organizacjami, przeskakując z projektu do projektu (*Prognozowane zmiany...*, 2022).

Firmy, by nie stracić jednej czwartej swoich pracowników, masowo wprowadzają dla nich szereg oczekiwanych udogodnień: umożliwienie pracy zdalnej, wyrównywanie poziomu płac o podwyżki inflacyjne, dbanie o doskonałą atmosferę w pracy (Prognozowane zmiany..., 2022). Zagrożenie utratą pracowników jest silne i realne, nawet dla dużych, zasobnych przedsiębiorstw. Liczba godzin przepracowanych na świecie spadła w I kwartale 2022 r. i pozostaje o 3,8 punktów procentowych poniżej poziomu z IV kwartału 2019 r., co odpowiada stratom na poziomie 112 mln pełnoetatowych miejsc pracy (Rynek pracy..., 2022). Główne powody odejścia pracowników z pracy to, ich zdaniem: nieefektywne procesy w organizacji (46%), niski poziom wynagrodzenia (43%) oraz brak możliwości rozwoju (37%) (Rynek pracy..., 2022).

Co więcej, na umacniającym się w Polsce rynku pracownika wysokie wymagania zatrudnionych, jak się okazuje, niekoniecznie korelują z ich wysokimi kompetencjami. Prognozy PARP przewidują dalszą konieczność inwestycji firm w rozwój i/lub transformację kompetencji własnych pracowników, a nawet rotacje na stanowiskach zarządczych. Najbardziej poszukiwanymi pracownikami przez duże firmy są osoby zarządzające zakupami, łańcuchem dostaw, dyrektorzy sprzedaży i menedżerowie zarządzający projektami (Prognozowane zmiany..., 2022). Zaistniałe uwarunkowania przekładają się bezpośrednio na zwiększenie ponoszonych kosztów pracy i – co za tym idzie – efektywność przedsiębiorstw.

Młodzi ludzie wkraczający na rynek pracy są dla wielkich przedsiębiorstw bardzo atrakcyjnymi kandydatami do pracy. Nie mają doświadczenia, lecz posiadają w większości szereg innych atutów, jak choćby: kompetencje informatyczne, znajomość języków obcych i niższe od doświadczonych pracowników wymagania płacowe (ze względu na zatrudnianie ich na niskich stanowiskach). Są również łatwiejsi w pozyskaniu, gdyż stopa bezrobocia wśród nich jest zdecydowanie wyższa niż wśród ogółu aktywnych zawodowo. Zgodnie z danymi Eurostatu, w 2022 r. wśród osób do 25 roku życia wynosiła ona w Polsce 8,9% (a średnio w krajach unijnych aż 13,9%).

Wprowadzane w polskiej edukacji z zakresu przedsiębiorczości zmiany tak trafnie odpowiadają na nakreślone jedynie przez Autorkę trudności i potrzeby rynku pracy wielkich przedsiębiorstw, że wysoce uzasadnionym wydaje się być ich łączenie w związek przyczynowo-skutkowy.

Zmiana idei?

Europejska idea kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, ustalona w Genewie 18.01.2012 r. przez grupę przedstawicieli ETF, GIZ, ILO, UNESCO i UNEVOC, będąca jak dotąd wykładnią dla kreowania edukacji w zakresie przedsiębiorczości państw europejskich, zawierała wspólne europejskie rozumienie przedsiębiorczości jako kompetencji kluczowej, oraz opierała jej proces kształcenia na dwóch założeniach:

- rozwój przedsiębiorczych postaw, umiejętności i wiedzy powinien umożliwić uczniowi wcielanie pomysłów w czyn,
- przedsiębiorczość powinna być związana zarówno z działalnością gospodarczą i tworzeniem przedsiębiorstw, jak i ze wszystkimi dziedzinami życia i społeczeństwa (European Commission, 2016).

Dotychczasowy kształt edukacji w zakresie przedsiębiorczości w Polsce realizowanej na podstawach przedsiębiorczości w dużej mierze wpisywał się w te założenia. Przedmiot stanowił syntezę wiedzy z zakresu ekonomii, zarządzania i finansów, wzbogaconej

elementami innych nauk, służąc zrozumieniu przez ucznia mechanizmów ekonomicznych, kształtowaniu umiejętności, postaw przedsiębiorczych i realizacji własnych celów ekonomicznych z uwzględnieniem odpowiedzialności społecznej. Głównym celem przedmiotu było „przygotowanie uczniów do planowania swojej przyszłości oraz do aktywności zawodowej w roli pracowników najemnych lub osób prowadzących własną działalność gospodarczą” (*Rozporządzenie MEN*, 2018: 16).

Przedmiot biznes i zarządzanie obejmuje tożsame podstawy naukowe i podobny zakres wiedzy ekonomicznej, jaki powinien zdobyć uczeń, co dotychczasowe podstawy przedsiębiorczości. Pomimo ministerialnych zapowiedzi minimalizacji treści teoretycznych, tylko niektóre z nich zostały ograniczone bądź zastąpione innymi. Badania wykazały, że znacząco rozszerzono zakres rozwijanych kompetencji, choć zaskakująco silnie skupiono się na umiejętnościach z zakresu zarządzania i realizacji prac projektowych. Najbardziej znaczącą zmianą w treściach kształcenia jest fakt, że uczeń nie zdobędzie na poziomie podstawowym umiejętności planowania i zakładania własnej działalności gospodarczej, a jedynie oceni szanse na jej uruchomienie.

Edukacja szkolna obejmuje zarówno kształcenie, jak i wychowanie, czyli „świadomie organizowaną działalność społeczną, której celem jest wywoływanie zamierzonych zmian w osobowości człowieka” (Okoń, 1984: 347). Owo świadome kształtowanie w toku edukacji w zakresie przedsiębiorczości ma szczególne znaczenie: personalne, mikro- i makroekonomiczne, decydujące o poziomie rozwoju państw i regionów (Płaziak, Rachwał, 2015). Interesy personalne ucznia, ekonomiczne przedsiębiorstw i gospodarcze krajów jednokrotnie są sobie przeciwstawne.

Zawołowane zmiany w koncepcji kształcenia z zakresu przedsiębiorczości wprowadzone wraz z pojawieniem się nowego przedmiotu wskazują na utylitarne dążenia polityki oświatowej. Co niepokojące, wyniki badań sugerują, że podmiotem tegoż utylitaryzmu nie jest wyłącznie, jak powinno być w procesie edukacji – sam uczeń. Z punktu widzenia jego potrzeb, koniecznym jest przede wszystkim, by proces kształcenia przygotowywał go do wkroczenia na turbulentny rynek pracy. Na lekcjach powinien być wyposażany w różnorodne kompetencje tak miękkie, jak i twarde – dające mu możliwość zarówno założenia w przyszłości własnej działalności gospodarczej, jak i zdobycia pracy najemnej zgodnej z jego oczekiwaniami i predyspozycjami, w przedsiębiorstwach o różnej wielkości (od dominujących liczebnie w Polsce mikroprzedsiębiorstw, po wielkie korporacje).

Wstępne wnioski

Przedstawiona w artykule analiza zmian zakresu treści kształcenia przedsiębiorczości w polskim szkolnictwie, wynikająca z bieżącej reformy programowej, pozwoliła na twierdzącą odpowiedź na oba postawione pytania badawcze. Zmienił się zakres treści kształcenia edukacji w zakresie przedsiębiorczości w polskim obowiązkowym kształceniu formalnym w wyniku likwidacji podstaw przedsiębiorczości i zastąpieniu go nowym przedmiotem biznes i zarządzanie. Wprowadzone zmiany tylko pozornie polegały na korzystnym rozszerzeniu dotychczasowych treści kształcenia przedsiębiorczości o zagadnienia związane z zarządzaniem projektami i rozwojem kompetencji pod szyldem nowej, chwytliwej, choć nie do końca trafnej nazwy. Kluczowymi okazały się przesunięcia treści pomiędzy poziomami podstawowym a rozszerzonym. Powodują one bowiem, że te treści, które pozostały na poziomie podstawowym będą realizowane przez niemal wszystkich uczniów, a te,

występujące nawet w bardzo szerokim zakresie na poziomie rozszerzonym, będą poznawane przez kilka procent młodzieży.

Największe cięcia wprowadzono w zakresie kształcenia mikroprzedsiębiorczości. Na poziomie obowiązkowym treści dotyczące projektowania i zakładania własnej działalności gospodarczej zastąpiono treściami związanymi z zarządzaniem projektami. Położono większy nacisk na rozwój kompetencji przedsiębiorczych, jednak tylko połowicznie tych, które wskazywali za pożądane badacze edukacji w zakresie przedsiębiorczości (Rachwał, 2005; Wachowiak, Dąbrowski, Majewski, 2007). Postęp poczyniono w pewnych zakresach postulowanego przez badaczy podniesienia umiejętności stosowania wiedzy ekonomicznej w praktyce (Kilar, Rachwał, 2019; Rachwał, 2019), przede wszystkim w zakresie finansów osobistych, budżetu gospodarstwa domowego i oszczędzania. Z drugiej jednak strony usunięto z poziomu podstawowego ważne: metody poszukiwania pracy, nawiązywania stosunku pracy i umiejętności analizy własnych kompetencji w kontekście rynku pracy.

Dokonana reforma wieszczy zmianę idei kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, polegającą na powrocie do źle rozumianego utylitaryzmu edukacyjnego i zawężenia rozumienia przedsiębiorczości. Dotychczasowa koncepcja podstaw przedsiębiorczości opierała się na przygotowywaniu ucznia zarówno do rozumienia gospodarki rynkowej, funkcjonowania na rynku pracy i rynku finansowym, jak i do zakładania własnej działalności gospodarczej. Jak dowodzi analiza raportów rynkowych, obecna zmiana wydaje się być odpowiedzią kształcenia w zakresie przedsiębiorczości na zapotrzebowanie rynkowe wielkich przedsiębiorstw i nie jest zgodna z trendami popytu na zawody pożądane w przyszłości w polskiej gospodarce. Autorzy reformy w niewielkim stopniu mieli na uwadze naukowe rekomendacje kierunku rozwoju edukacji w zakresie przedsiębiorczości. Zmiany godzą w podstawowe, personalistyczne założenia dotychczasowej idei kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, w której to uczeń był podmiotem, a nie przedmiotem działań edukacyjnych. Pomimo szeregu pozytywnych efektów (wprowadzenie poziomu rozszerzonego o dużej liczbie godzin, nowych treści, kompetencji, matury), z ideowego punktu widzenia obrany kierunek zmian nie może zostać uznany za pozytywny.

Zarysowane jedynie w artykule problemy podmiotów, przyczyn i celowości wdrożenia biznesu i zarządzania do szkół, jak również ważne, nieporuszone w niniejszym artykule kwestie koncepcyjne, takie jak: sugerowane rozwiązania dydaktyczne, ewaluacyjne (matura projektowa) czy organizacyjne (przygotowania nauczycieli do prowadzenia nowego przedmiotu), wymagają dalszych badań naukowych, zwłaszcza tych o charakterze aplikacyjnym.

Literatura

References

- Andrzejczak, A. (2007). Skuteczność nauczania przedsiębiorczości w szkołach średnich. W: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 133–139.
- Berger, S., Canning, R., Dolan, M., Kurek, S., Pilz, M., Rachwał, T. (2012). Curriculum - making in pre-vocational education in the lower secondary school: A regional comparative analysis within Europe. *Journal of Curriculum Studies*, 44(5), 679–701.
- Bień, I. (2022). Nauczanie przedsiębiorczości w polskich szkołach średnich – koncepcja, realizacja, rekomendacje. *Studia BAS*, 2(70), 147–163.
- Brzozowski, T. (2013). Status przedsiębiorczości w warunkach kryzysu edukacji. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 9, 258–272.

- Daszkiewicz, N. (2014). Education as a stimulating factor for entrepreneurship development. *Horyzonty Wychowania*, 13(26), 165–177.
- Ernst & Young Global Limited. (2015; 2023, 1 października). *Making sense of a world in motion*. Pozyskano z: 1.10.2023: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/\\$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-megatrends-report-2015/$FILE/ey-megatrends-report-2015.pdf)
- European Commission/EACEA/Eurydice. (2016). *Entrepreneurship Education at School in Europe. Eurydice Report*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Furmanek, W. (2011). *Edukacja a przemiany cywilizacyjne*. Rzeszów: Wydawnictwo Oświatowe FOSZE.
- Gidley, J. (2010). *Globally scanning for “mega-trends of the mind”: Potential futures of futures thinking*. *Futures: the journal of policy, planning and futures studies*, 42(10), 1040–1048.
- Górz, B., Rachwał, T. (2006). Uwagi do propozycji zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 2, 226–235.
- Hajkowicz, S.A., Cook H., Littleboy A. (2012). *Our Future World: Global megatrends that will change the way we live. The 2012 Revision*. Australia: CSIRO.
- Jasińska-Kania, A. (2008). Wartości i normy moralne a procesy przemian w Polsce i Europie. W: *Wartości, postawy i więzi moralne w zmieniającym się społeczeństwie*, J. Mariański, L. Smyczek (red.). Kraków: WAM.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2019a). Changes in Entrepreneurship Education in Secondary School under Curriculum Reform in Poland. *Journal of Intercultural Management*, 11(2), 73–105.
- Kilar, W., Rachwał, T. (2019b). Przedsiębiorczość w szkole średniej w warunkach reformy systemu oświaty. W: *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*. Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, 184–202.
- Kondraciuk, P., Osuch, W., Świętek, A. (2019). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i absolwentów małopolskich szkół ponadgimnazjalnych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 15(1), 75–87.
- Krzyżak, J. (2007). Edukacja ekonomiczna jako nowa jakość wychowania – spostrzeżenia, opinie, sugestie. W: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 162–167.
- Kurczewska, A. (2023). Refleksje nad edukacją w zakresie przedsiębiorczości z perspektywy ponad 40 lat badań naukowych. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 19(1), 7–18.
- Kurek, S., Rachwał, T., Szuber, M. (2012). Kształtowanie kompetencji biznesowych uczniów gimnazjum w świetle opinii nauczycieli na podstawie wyników badań prowadzonych w ramach europejskiego projektu FIFOB. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 8, 24–36.
- Lewowicki, T. (2004). Pedagogika dziesięć lat później (1994–2004) – szkic o kondycji dyscypliny naukowej oraz próbach sprostania potrzebom społecznym. *Rocznik Pedagogiczny*, 27, 25–38.
- Malikowski, J. (2014). Wyzwania, szanse i zagrożenia niesione przez niektóre trendy cywilizacyjne. *Podstawy Edukacji*, 7, 85–123.
- Nowak, P. (2013). Młodzi na rynku pracy – szanse i zagrożenia. W: *Nauka, edukacja, rynek pracy. Przede wszystkim współdziałanie*, Cz. Plewka (red.). Szczecin – Koszalin: Zapol.
- Okoń, W. (1984). *Słownik Pedagogiczny*. III, Warszawa: PWN.
- Osuch, W. (2012). Podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów krakowskich liceów – szanse i oczekiwania. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 8, 37–47.
- Plewka, C. (2015). Szkoła jako agora dla młodego pokolenia współczesnej cywilizacji. *Szkoła – zawód – praca*, 9, 28–39.
- Płaziak, M., Rachwał, T. (2015). „Przedsiębiorczy region” – zarys koncepcji w świetle analizy roli przedsiębiorczości w krajowej strategii rozwoju regionalnego. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 11, 37–49.
- Prognozowane zmiany na rynku pracy. Przegląd scenariuszy*. (2022). Warszawa: PARP.

- Rachwał, T. (2022). Zmiany w edukacji w zakresie przedsiębiorczości – w kierunku zakresu rozszerzonego oraz egzaminu maturalnego z przedmiotu biznes i zarządzanie?. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 18(2), 41–64.
- Rachwał, T. (2019). Przedsiębiorczość jako kompetencja kluczowa w systemie edukacji. W: *Kształtowanie kompetencji przedsiębiorczych*, T. Rachwał (red.). Warszawa: Wydawnictwo Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji, 16–25.
- Rachwał, T. (2017). Entrepreneurship in School in the Conditions of the Education System Reform in Poland – a Voice in the Discussion on the Directions of Change. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 13, 330–339.
- Rachwał, T. (2009). Ocena projektu zmian podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości (przedstawionej przez MEN w 2008 r. w ramach reformy systemu edukacji). *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 5, 349–372.
- Rachwał, T. (2005). Kształtowanie postaw uczniów na lekcjach podstaw przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 1, 137–143.
- Rachwał, T. (2004). *Podstawy przedsiębiorczości. Słownik dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum*. Warszawa: Nowa Era.
- Rachwał, T., Kilar, W., Kawecki, Z., Wróbel, P. (2018). Edukacja w zakresie przedsiębiorczości w wychowaniu przedszkolnym, szkole podstawowej i szkołach średnich w świetle nowej podstawy programowej. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 14, 389–424.
- Rachwał, T., Kilar, W., Kawecki, Z., Wróbel, P. (2019). *Podstawa programowa kształcenia ogólnego z komentarzem: szkoła ponadpodstawowa: podstawy przedsiębiorczości*. Warszawa: Ministerstwo Edukacji Narodowej.
- Rachwał, T., Kudelko, J., Tracz, M., Wach, K., Kilar, W. (2008). Projekt podstawy programowej podstaw przedsiębiorczości w zakresie rozszerzonym dla liceum ogólnokształcącego, liceum profilowanego i technikum. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 4, 322–334.
- Rachwał, T., Kurek, S., Boguś, M. (2016). Entrepreneurship Education at Secondary Level in Transition Economies: A Case of Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 61–81.
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej w sprawie podstawy programowej wychowania przedszkolnego oraz kształcenia ogólnego w poszczególnych typach szkół (Dz.U. z 2012 r., poz. 997).
- Ramowy plan nauczania dla liceum ogólnokształcącego, w tym liceum ogólnokształcącego specjalnego dla uczniów w normie intelektualnej: niepełnosprawnych, niedostosowanych społecznie oraz zagrożonych niedostosowaniem społecznym (Dz.U. 2017, poz. 703).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 30 stycznia 2018 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego technikum oraz branżowej szkoły II stopnia (Dz.U. z 2018 r. poz. 467).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 10 lutego 2023 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie ramowych planów nauczania dla publicznych szkół (Dz.U. 2023, poz. 227).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 lutego 2023 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie podstawy programowej kształcenia ogólnego dla liceum ogólnokształcącego, technikum oraz branżowej szkoły II stopnia (Dz.U. z 2023 r. poz. 314).
- Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań. (2022). Warszawa: PARP.
- Skubiak, B. (2014). Edukacja jako czynnik wspierający rozwój gospodarczy. Implikacje dla Polski. *Studia Ekonomiczne*, 129, 195–203.
- Sołoducho-Pelc, L. (2007). Czy przedsiębiorczości można się nauczyć – wpływ edukacji na rozwój przedsiębiorczości. W: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Świętek, A. (2012). Oczekiwania a realia wejścia ludzi młodych na rynek pracy jako wyzwanie dla edukacji z przedsiębiorczości. *Przedsiębiorczość – Edukacja [Entrepreneurship – Education]*, 8, 137–154.

- Świątek, A. (2014). Czy ekonomia w praktyce będzie przydatna w praktyce?. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 10, 378–391.
- Świątek, A. (2018). Edukacja formalna na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjnych. *Horyzonty Wychowania*, 17(44), 189–197.
- Świątek, A. (2019). Miejsce podstaw przedsiębiorczości w zreformowanej polskiej szkole ponadpodstawowej i ich korelacje z innymi przedmiotami szkolnymi. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 15(1), 34–46.
- Tracz, M. (2015). Przedmiot podstawy przedsiębiorczości w opinii uczniów i nauczycieli – studium porównawcze. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 391–400.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja* [Entrepreneurship – Education], 9, 246–257.
- Wach, K. (2007). Kształtowanie postaw przedsiębiorczych w programach nauczania: stan obecny i proponowane kierunki zmian. W: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 120–127.
- Wachowiak, P. (2007). Kształtowanie umiejętności przedsiębiorczych. W: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.). Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, 142–151.
- Wachowiak, P., Dąbrowski, M., Majewski, B. (red.). (2007). *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*. Warszawa: Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych.
- Wierzbicki, A. (2000). Wpływ megatrendów cywilizacji informacyjnej na sytuację w Polsce w początkach XXI wieku. *Telekomunikacja i techniki informacyjne*, 1–2, 3–17.
- Vielmetter, G., Sell, Y. (2014). *Leadership 2030: The Six Megatrends You Need to Understand to Lead Your Company into the Future*. New York: AMACOM.
- Zajac, A. (2014). *Pedagogika społeczna i pedagogika pracy wobec przemian cywilizacyjnych*, Rzeszów: Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego.
- Zioło, I. (1999). *Wybrane atrybuty wartości edukacyjnej wyższej szkoły niepaństwowej. Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie*, 3, 127–146.

Agnieszka Świątek, dr, nauk o Ziemi w zakresie geografii, adiunkt w Instytucie Prawa, Ekonomii i Administracji Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Jej zainteresowania badawcze skupiają się wokół tematyki: usług edukacyjnych, edukacji geograficznej, kulturowej i edukacji w zakresie przedsiębiorczości.

Agnieszka Świątek, PhD in Geography, Associate professor at the Institute of Law, Economics and Administration of the University of the National Education Commission in Krakow. Her research interests focus on: educational services, geographical and cultural education and entrepreneurship education.

ORCID: 0000-0002-5049-6476

Adres/Address:

Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
Instytut Prawa, Ekonomii i Administracji
Katedra Nauk Społecznych Stosowanych
ul. Podchorążych 2
30-084 Kraków, Poland
e-mail: agnieszka.swiatek@up.krakow.pl

Spis treści

MONIKA GOLONKA, ANNA RYCHLIK

Człowiek jako podmiot decydujący o kierunku rozwoju społeczności
na przykładzie Detroit, Fordlandii i Empire 13

MONIKA MURZYN-KUPISZ, MÓNICA SZILÁGYI-CSÜLLÖG, ORHIDEA EDITH KISS

Understanding and implementing sustainability by Polish designers –
owners of small, independent ashion brands 30

PAULINA FILIP

Pomiar i skala zatorów płatniczych w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej 47

KATARZYNA KOPEĆ

Produkcja filmowa a zachęty finansowe na tle polityki audiowizualnej 59

RAFAŁ SOLECKI, RAFAŁ KOBIS

Wpływ funduszy europejskich na rozwój przedsiębiorczości – rola Małopolskiego
Centrum Przedsiębiorczości w wykorzystaniu funduszy europejskich
w województwie małopolskim 71

PATRYCJA BRAŃKA

Efekty i bariery realizacji PROW 2014–2020 przez lokalne grupy działania
w województwie małopolskim w zakresie wsparcia przedsiębiorczości na obszarach
wiejskich 87

EWA BATKO

Zastosowanie Social Media Marketingu
w działalności obiektów i obszarów atrakcyjnych turystycznie
na przykładzie Energylandii i Wadowic 102

ŁUKASZ BRZEZICKI

Przegląd badań dotyczących efektywności i produktywności oświaty
(szkół podstawowych i ponadpodstawowych) w Polsce, prowadzonych
za pomocą metody Data Envelopment Analysis i indeksu Malmquista 115

ANNA IWACEWICZ-ORŁOWSKA

Staże zagraniczne a subiektywna ocena poziomu umiejętności praktycznych
uczniów szkół ponadpodstawowych kształcących się w zawodach technicznych 130

AGNIESZKA ŚWIĘTEK

Biznes i zarządzanie rachunek zysków i strat edukacji
w zakresie przedsiębiorczości w Polsce 144

Contents

MONIKA GOLONKA, ANNA RYCHLIK

Human being as a subject deciding on the direction of community development
on the examples of Detroit, Fordlandia and Empire.....13

MONIKA MURZYN-KUPISZ, MÓNICA SZILÁGYI-CSÜLLÖG, ORHIDEA EDITH KISS

Understanding and implementing sustainability by Polish designers –
owners of small, independent ashion brands30

PAULINA FILIP

Measurement and scale of payment backlogs
in Poland and Central and Eastern Europe (CEE)47

KATARZYNA KOPEĆ

Film production and financial incentives in the context of audiovisual policy59

RAFAŁ SOLECKI, RAFAŁ KOBIS

The impact of the EU funds on the development of entrepreneurship –
The role of the Małopolska Entrepreneurship Center in the use
of the EU funds in Małopolskie Voivodeship (Poland).....71

PATRYCJA BRAŃKA

Effects and barriers to the implementation of Rural Development Program
2014–2020 by Local Action Groups in Malopolska (Poland) in terms of supporting
entrepreneurship in rural areas.....87

EWA BATKO

Use of Social Media Marketing in the activities of facilities
and areas attractive to tourist by example Energylandia amusement park
and Wadowice city.....102

ŁUKASZ BRZEZICKI

A review of research on the efficiency and productivity of primary and secondary
education in Poland, conducted using the Data Envelopment Analysis and the
Malmquist index115

ANNA IWACEWICZ-ORŁOWSKA

Foreign internships and the level of subjective assessment
of practical skillsvocational schools students130

AGNIESZKA ŚWIĘTEK

“Business and Management” – profit and loss account
of entrepreneurship education in Poland144

